Münster i/W. 1934. № 3 Jur. Diss.

Der Baumwollwarengroßhandel

unter besonderer Berücksichtigung der Nachkriegsentwicklung

Inaugural - Dissertation

zur Erlangung der Doktorwürde
der hohen rechts- und staatswissenschaftlichen Fakultät der Universität Münster

vorgelegt von

Diplomkaufmann Wolfgang Homberg
aus Wuppertal-Elberfeld

1934

Druck: Heinr. Pöppinghaus, o. H.-G., Bochum-Langendreer.

Referent: Herr Prof. Dr. Bruck.
Korreferent: Herr Prof. Dr. Weber.

R. UNIV.
BIBLIOTHEEK
LEIDEN

Vorwort

Es ist eine eigenartige Tatsache, daß die Wirtschaftswissenschaft bis in die jüngste Zeit hinein an den Problemen des Großhandels nur wenig und zögernd Anteil genommen hat. Von jeher hat sich das Interesse der wissenschaftlichen Forschung in besonderem Maße auf Industrie und Gewerbe konzentriert, die in ihrer vielfältigen Branchengliederung von den verschiedensten Ausgangspunkten her ausgiebig, oft — ein Blick z. B. auf die zahlreiche Literatur über die deutsche Baumwollindustrie stützt diese Ansicht — allzu ausgiebig untersucht und dargestellt wurden, während eine auch heute noch so bedeutsame und für die Volkswirtschaft unentbehrliche Wirtschaftsgruppe wie der Großhandel völlig vernachlässigt blieb. Dieses ganze Gebiet hat, wenn man von der dankenswerten, notwendigerweise aber skizzenhaft gebliebenen Arbeit L a m p e s im H. d. St. absieht, eine umfassende Würdigung bisher nicht gefunden. Über die einzelnen Branchenzweige sind zwar teilweise eingehendere Darstellungen vorhanden, aber auch dieses Material bedarf vielfach der Verbesserung und Ergänzung. Das gilt auch für das weite, mannigfaltige Gebiet des Textilgroßhandels, das für Spezial-Untersuchungen noch ein sehr dankbares Feld bietet.

Die vorliegende Arbeit über den Baumwollwarengroßhandel als einen der wichtigsten Zweige des Textilwarengroßhandels will hier eine merkbare Lücke ausfüllen. Die immer noch instruktive Arbeit L a n d a u e r s und die Arbeit von J a c o b y sind durch die Entwicklung der Kriegs- und Nachkriegsjahre in wesentlichen Punkten überholt. Ziel der nachfolgenden Untersuchung ist es, den tiefgreifenden Umschichtungsprozeß, den die letzten Jahrzehnte für den Textilwaren- und speziell den Baumwollwarengroßhandel mit sich brachten, aufzuzeigen und in seinen einzelnen Stadien und Auswirkungen zu verfolgen. Bewußt wurde dabei eine — bislang fehlende — systematische Darstellung seiner volkswirtschaftlichen Funktion als Ausgangspunkt genommen, da sie zum Verständnis des Baumwollwarengroßhandels und des Textilgroßhandels überhaupt, sowie zur Erklärung der Nachkriegsentwicklung und zur Beurteilung seiner jetzigen und zukünftigen Lage Entscheidendes beizutragen vermag.

Meinem verehrten Lehrer, Herrn Professor W. F. B r u c k, schulde ich aufrichtigen Dank für seine Anregung dieser Arbeit.

Juli 1932.

Der Verfasser.

Digitized by the Internet Archive
in 2026

https://archive.org/details/IA41547226_0065

Inhaltsverzeichnis

Seite

Vorwort III

Einleitung

Die Organisation der deutschen Baumwollwirtschaft 1

Allgemeines — Rohweberei — Lohn- und Betriebsveredlung — Stoffdruckerei — Buntweberei — Baumwollwarengroßhandel.

I. Abschnitt

Grundlegung

1. Kapitel: Abgrenzung des Baumwollwarengroßhandels 5

2. Kapitel: Wesen und Grundformen der Funktionen des Baumwollwarengroßhandels . . 6

1. Die Funktionen gegenüber den Lieferanten . 6

a. Leitung und Anregung der Produktionspolitik nach Quantität, Qualität und Modeauswahl 6

b. Ermöglichung gleichmäßiger Beschäftigung durch Großeinkauf und Frühdisposition . 9

c. Übernahme der Verteilungsfunktionen, Absatzrisiken und Erweiterung des Absatzes (Marktsucherfunktion) 11

d. Finanzierung der Produktion durch prompte Bezahlung 16

e. Ermöglichung fortschreitender Spezialisierung 16

2. Die Funktionen gegenüber der Abnehmerschaft 17

a. Lager- und Sortimentshaltung . . . 17

b. Finanzierung durch Kreditgewährung . 19

c. Preisausgleich 20

3. Zusammenfassung 20

Seite

3. Kapitel: Die Voraussetzungen für die Erfüllung der Funktionen 21
1. Ausreichende Kapitalbasis 21
2. Persönliche Voraussetzungen 21

II. Abschnitt

Der Baumwollwarengroßhandel bis zur Stabilisierung

1. Kapitel: Abriß über die geschichtliche Entwicklung bis zum Kriege 23
2. Kapitel: Die Auswirkungen der Kriegs- und Inflationswirtschaft auf den Baumwollwarengroßhandel 25
1. Der Baumwollwarengroßhandel in der Kriegswirtschaft 25
2. Der Baumwollwarengroßhandel in der Inflationswirtschaft 29
3. Die verringerte Bedeutung der Großhandelsfunktionen in der Kriegs- und Inflationswirtschaft 35

III. Abschnitt

Der Niedergang des Baumwollwarengroßhandels in der Festwährungswirtschaft

1. Kapitel: Die Gründe für die abfteigende Entwicklung 37
1. Der Kapitalschwund 37
2. Die allgemein ungünstige Geschäftsentwicklung 38
3. Die Debitorenverluste 45
4. Die Schwankungen des Rohstoffmarktes . . 47
5. Die mangelnde Umstellungsfähigkeit . . 48
6. Der Rückgang des Baumwollwarenverbrauchs 49
7. Die verminderte Leistungsfähigkeit . . 50
2. Kapitel: Die Ausschaltungsbestrebungen . . 55
1. Allgemeines 55
2. Die Ausschaltungsbestrebungen seitens der Produktion 56
a. Die Integrationsbewegung in der Baumwollindustrie und ihre Ursachen . . . 56

Seite

b. Die Ausschaltung seitens der Weberei-Konzerne 58
c. Die Ausschaltung seitens einzelner Webereien und durch Versandgeschäfte . . 67
d. Die Ausschaltung seitens der Veredlungsindustrie 69
e. Beurteilung des Direktverkehrs . . . 69
f. Der Umfang des Direktverkehrs . . . 72
3. Die Ausschaltungsbestrebungen seitens der Waren- und Kaufhauskonzerne . . . 74
a. Allgemeines 74
b. Die Waren- und Kaufhauskonzerne . . 74
c. Der Umfang der Ausschaltung . . . 76
d. Beurteilung der Warenhäuser hinsichtlich der Großhandelsfunktionen . . . 78
4. Die Ausschaltungsbestrebungen seitens der Einkaufsverbände des Textileinzelhandels . . 79
a. Wesen und Ziel der Einkaufsverbände . 79
b. Die Träger des Gemeinschaftseinkaufs . 81
c. Der Warenkreis der Verbände . . . 81
d. Rechtsformen der Verbände und Bindungsintensität 82
e. Die Arten der Einkaufsverbände . . 83
f. Funktionen und wirtschaftliche Bedeutung der Einkaufsverbände 84
g. Kostenvergleich 89
h. Beurteilung der Einkaufsverbände . . 92
i. Der Umfang des Gemeinschaftseinkaufs . 93
k. Die Auswirkungen des Gemeinschaftseinkaufs auf den Baumwollwarengroßhandel . 94
l. Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Einkaufsverbände 96
5. Die Ausschaltungsbestrebungen seitens anderer Großkonsumenten 96

3. Kapitel: Krisenerscheinungen 97
1. Die Insolvenzen in der Baumwollwarenbranche 97
2. Sonstige Krisenerscheinungen 100

4. Kapitel: Die Abwehrmaßnahmen des Baumwollwarengroßhandels 102
1. Kollektivmaßnahmen 103
a. Der Verbandszusammenschluß . . . 103
b. Boykottmaßnahmen 104
c. Verbandsvereinbarungen 104
d. Sonstige Verbandstätigkeit . . . 108

Seite
e. Gemeinschaftseinkauf 108
f. Branchenbanken 109
g. Baumwollwarenpropaganda . . . 109
2. *Gegenmaßnahmen der einzelnen Unternehmungen* 111
a. Integrationsbestrebungen 111
b. Spezialisierung oder Warenhaus-Engros? . 114
c. Wiederherstellung der Großhandelsfunktion 116
d. Betriebsrationalisierung 117
e. Unternehmungszusammenschlüsse . . 117

Schluß

Zukunftsaussichten 118

Anhang

Literaturverzeichnis 120
Tabellen 123

Einleitung

Die Organisation der deutschen Baumwollwirtschaft

Für die Darstellung und das Verständnis des deutschen Baumwollwarengroßhandels, wie sie die nachstehenden Ausführungen vermitteln wollen, erscheint es förderlich, zunächst einen kurzen Blick zu werfen auf Struktur und Organisationsgestaltung der gesamten deutschen Baumwollwirtschaft und seine Eingliederung innerhalb derselben. Man bekommt ein besseres Bild von den Großhandelsfunktionen, von der vielfach zwangsläufigen Entwicklung in der Nachkriegszeit; die aktuellen Probleme, aber auch die Erkenntnis der Wege, die zu einer Festigung der heutigen geschwächten Großhandelsposition führen können, treten schärfer hervor.

Das Bild, das man gewinnt, zeigt eine verwirrende Vielseitigkeit. Unterschiedlichkeiten des Produktionsvorganges je nach Art der Gewebe, die verschiedensten einander entgegenwirkenden Organisationsprinzipien — Teilung oder Zusammenfassung der Produktionsstufen — und auch historische Gegebenheiten förderten in der Industrie eine gewisse Zersplitterung, die sich entsprechend auf die organisatorische Gestaltung der Absatzverhältnisse auswirkte. Ein einheitlicher, starker Zwischenhandel, der gleichmäßig und ausschließlich für alle Teile der Baumwollindustrie als Abnehmer fungiert und ihre kommerziellen Aufgaben übernimmt, ist nicht oder nicht mehr vorhanden. Vielmehr bildete sich eine ganze Reihe von Absatzformen heraus und zwar die bedeutendste hiervon vor allem im Zusammenhang mit dem wichtigsten Zweige der Baumwollindustrie, der Rohweberei. Es ist der Baumwollwarengroßhandel, dessen Bedeutung sich jedoch nicht auf die Tätigkeit des typischen Verteilungsgroßhandels beschränkt, sondern der darüber hinaus noch besondere Funktionen zu erfüllen hat, die in seiner eigenartigen Stellung innerhalb der Produktion begründet sind, und die H i r s c h [1]) als Handel zwischen den Produktionsstufen und Tätigkeit eines Fabrikverlegers gekennzeichnet hat.

[1]) a. a. O., S. 56.

Aus der Spinnerei kommen die Garne entweder in rohem Zustande in die Weberei, oder sie werden zunächst einer Veredlung unterzogen. Hierbei scheiden sich hinsichtlich der Produktionstätigkeit die beiden Hauptgruppen der Baumwollweberei: Rohweberei und Buntweberei [2]).

Beide beziehen ihre Garne entweder von fremden Spinnereien oder stellen sie im eigenen Spinnereibetriebe her. Die Betriebsform der Spinnweberei (Teilintegration) ist vor allem in den größeren Unternehmungen der Rohweberei häufig zu finden [3]) und stellt vielfach die Vorstufe dar zur Vollintegration.

Die aus den Rohgarnen hergestellten Gewebe werden von der Rohweberei als noch nicht konsumreifes Produkt geliefert und müssen meist erst noch eine weitere Bearbeitung durch die Ausrüstung in einer Veredlungsanstalt erfahren, wo sie je nach Bedarfszweck gebleicht, gefärbt, bedruckt und appretiert werden.

Nach Fertigstellung des Rohgewebes ergeben sich zwei Möglichkeiten. Entweder beschränkt sich der Weber auf seine Produktionstätigkeit, arbeitet lediglich auf Bestellung und überläßt die Disposition des Rohgewebes und seiner Veredlung, sowie die damit zusammenhängenden kommerziellen Aufgaben einem besonderen Zwischengliede, meist dem Baumwollwarengroßhändler oder „Ausrüster", oder er arbeitet unter Übernahme der kommerziellen Funktionen für den Markt, nimmt den Veredlungsprozeß in eigene Regie, indem er sein Fabrikat ebenso wie der Großhändler im Lohn ausrüsten läßt (Lohnveredlung) oder sich selbst einen Veredlungsbetrieb angliedert (Betriebsveredlung) [4]), und setzt das Fabrikat selbst an den Großhandel zweiter Hand, die Konfektion und den größeren Einzelhandel ab. In diesem Fall trägt das industrielle Unternehmen ausgesprochen händlerischen Charakter.

---

[2]) Die anderen weniger bedeutenden Spezialzweige seien hier nur erwähnt: die Cord- und Velvetweberei, die Gardinen-, Spitzen- und Tüllfabrikation. Loser hängt die Baumwollindustrie mit anderen Zweigen der Textilindustrie zusammen, die in ihren halbwollenen, halbleinenen, halbseidenen Erzeugnissen Baumwolle mitverarbeiten. (Z. B. die Futterstoffweberei, Bandweberei etc.)

[3]) Insgesamt laufen in Deutschland 42 % aller Spindeln in Spinnwebereien, in Süddeutschland 63 %. Vgl. Bruck, Kriegsaussch., a. a. O., S. 14. Ferner: Konfektionär Nr. 33. S. 2. Jahrg. 1931. Außer in der Form des einheitlichen Betriebs wird darüber hinaus durch Beteiligung und Konzernierung die lose Vereinigung von Spinnerei und Weberei erreicht.

[4]) Das ist jedoch infolge der divergierenden Produktionskapazitäten von Weberei und Ausrüstungsanstalt nur für wenige große Unternehmen rentabel. Ein Veredlungsbetrieb arbeitet nur dann rationell, „wenn er so große Posten gleicher Waren ausrüstet, wie in der Regel weder eine Weberei produzieren, noch ein Händler vertreiben kann." (Landauer, a. a. O., S. 181.)

Diese beiden Grund-sätze der Differenzierung und Integration[5]) haben sich innerhalb der Rohweberei wie auch in anderen Zweigen der deutschen Baumwollindustrie nebeneinander entwickelt. Während in den Anfängen der Baumwollindustrie integrierende Betriebsformen vorherrschten, nahmen später bis zum Kriege Differenzierung und Spezialisierung der Industrie und demgemäß der Einfluß des Handels, des „integrierenden Faktors" immer mehr zu. Nach dem Kriege machte sich — wie noch später zu zeigen sein wird — wieder ein starker Zug zur Integration bemerkbar mit entsprechend bedeutsamen Rückwirkungen auf den Baumwollwarengroßhandel.

Wiederum eine andere Organisationsgestaltung hat sich bei der Stoffdruckerei – früher Kattundruckerei — herausgebildet. Die Lohnveredlung beschränkt sich hier im allgemeinen auf den Druck von geringwertigeren Baumwollwaren, z. B. Ärmelfutter, Flanellen, Beiderwand[6]) während die anspruchsvolleren, den Modecharakter stark betonenden Gewebe von den großen deutschen Stoffdruckereien fast ausschließlich, in erheblichem Umfange aber auch Stapelwaren auf eigenes Risiko bedruckt und verkauft werden. (Eigendrucker[7]). Die Rohware wird vom Weber bezogen und im eigenen Betriebe bedruckt, wofür als Unterlagen vor allem die Vorbestellungen des Baumwollwaren- und Kleiderstoffgroßhandels sowie der großen Warenhauskonzerne dienen, während das Arbeiten auf Lager wegen Verlustgefahr durch Rohstoffkonjunktur und Modewechsel möglichst eingedämmt wird[8]). Der

---

[5]) Näheres über Integration und Differenzierung in der Baumwollindustrie siehe in der immer noch grundlegenden Arbeit Landauers.

[6]) Regional sind die Lohndruckereien fast nur auf den München-Gladbach-Krefelder Bezirk beschränkt. Übrigens legt Landauer, a. a. O., S. 121 der Lohndruckerei zu großes Gewicht bei.

[7]) Früher waren das hauptsächlich baumwollene Kattune, seit 1926 in immer steigendem Maße auch rein kunstseidene oder Mischgewebe aus Baumwolle und Kunstseide. Bei der größten deutschen Stoffdruckerei stellt sich das Verhältnis lt. Mitteilung an den Verfasser heute auf ca. 6 : 5. Der Woll- und Leinendruck spielt kaum eine Rolle. Die Seidenveredlung wird in Spezialausrüstungsanstalten betrieben. Ein nicht unwichtiger Spezialzweig der Baumwollindustrie ist die Blaudruckerei, die meist gleichzeitig eine Weberei betreibt und auf blauem Grund fertig gemusterte Gewebe mit Leinwandbindung für Kleider und Schürzen etc. herstellt.

[8]) „Wird diese Funktionenscheidung in absehbarer Zeit die weitgehendere der lohnindustriellen Organisation annehmen? Alle Anzeichen sprechen dafür," schrieb Landauer, a. a. O., S. 124 unter Hinweis auf die meist lohnindustriell organisierten elsässischen und englischen Druckereien. In Wirklichkeit ist eine solche Tendenz heute in keiner Weise bemerkbar, wenn auch bisweilen Lohnaufträge des Großhandels mitübernommen werden. Über die Vorteile der Eigenveredlung für den Drucker vgl. Brehme, a. a. O., S. 116, über die Nachteile Landauer, a. a. O., S. 124.

Betriebsveredlungsanstalt entspricht die einigen großen Unternehmungen (z. B. Dierig) angegliederte Betriebsdruckerei.

Die Buntweberei [9]) stellt gemusterte Gewebe aus veredelten Garnen her, die also nicht in rohem Zustande verarbeitet, sondern erst gebleicht, gefärbt oder bedruckt werden. Wegen des verhältnismäßig einfachen Veredlungsprozesses geschieht das meist im eigenen Betrieb, wie auch größeren Unternehmungen oft die Spinnerei angegliedert ist. Die in der Buntweberei vorherrschende Integration und mangelnde Spezialisierung führten hier frühzeitig zur Zurückdrängung des Großhandels und zur unmittelbaren Belieferung des Einzelhandels, der Wäsche- und Schürzenkonfektion usw. Den Betrieben, die hauptsächlich Kleinabnehmer zu ihrer Kundschaft zählen, stehen jedoch einige andere gegenüber, die lediglich mit Großabnehmern arbeiten und die auch heute noch in starkem Maße den Manufaktur- und Baumwollwarengroßhandel beliefern, die den regionalen Weitervertrieb besorgen [10]).

Die deutsche Baumwollwirtschaft bietet somit ein recht uneinheitliches Bild, zumal wenn man die Kombinationsmöglichkeiten der einzelnen Produktionszweige innerhalb eines Unternehmens (z. B. Spinnerei — Buntweberei — Veredlungsanstalt) berücksichtig. Sowohl die Produktionsverhältnisse als auch die Absatzformen sind sehr verschiedenartig und wirken im allgemeinen einer weitgehenden Arbeitsteilung und Beschränkung auf bestimmte Produktions- und Absatzstufen entgegen. Der Baumwollwarengroßhandel ist absatzmäßig mit den einzelnen Teilen der Baumwollwirtschaft mehr oder weniger eng verknüpft. Über die rein distributive Tätigkeit des Absatzgroßhandels hinaus, greift er in wichtigen Zweigen der Industrie als Produktionszwischenhandel und hauptsächlicher Träger des Marktrisikos mittelbar selbst in die Produktionstätigkeit ein, deren Richtung er nach Art und Umfang wesentlich oder vollständig bestimmt. Dadurch schafft er erleichterte Möglichkeiten zur Spezialisation und wird „das verbindende Glied der verarbeitenden Teile des industriellen Gesamtkörpers, das diese Industrie nach der Größe des Marktes sich weiter differenzieren läßt und ihnen jede Regung des Marktes sofort übermittelt“ [11]).

---

[9]) Von den 250 000 deutschen Baumwollwebstühlen sind knapp ein Drittel Buntwebstühle (lt. Stat. Jahrb. f. das Deutsche Reich 1931).

[10]) In der Literatur ist über die Absatzgestaltung bei der Buntweberei und auch bei der Stoffdruckerei wenig zu finden. Bisher wurde beim Baumwollwarengroßhandel zu sehr nur das Ausrüstungsgeschäft beachtet.

[11]) Vgl. Landauer, a. a. O., S. 8.

I. Abschnitt: Grundlegung

1. Kapitel: Abgrenzung des Baumwollwarengroßhandels

Je nach dem bevorzugten Warenkreis kann man den Baumwollwarengroßhandel einteilen in den Handel mit

1. Ausrüstungsware (selbstausgerüsteter Rohware) [12],
2. Bunt- und Leinenware,
3. Kattunen und Druckware.

Hierbei ist zu beachten, daß das Sortiment meist nicht auf reine Baumwollwaren beschränkt ist. Entsprechend der seit 1925/26 erfolgten teilweisen Umstellung der Baumwollindustrie — vor allem in Buntweberei und Kattundruckerei — auf die Verarbeitung von rein kunstseidenen und gemischten Geweben [12a], hat auch der Baumwollwarengroßhandel diese neuen Artikel in seine Kollektionen aufgenommen.

Praktisch ist seine Tätigkeit vielfach gruppenmäßig nicht so streng spezialisiert wie oben angegeben, sondern wirkt sich in mancherlei Kombinationen aus: die Kundschaft wünscht oft der Bequemlichkeit halber den Bedarf in einem bestimmten Warenkomplex an einer Stelle zu decken. So führt der eigentliche Ausrüster auch bunte Webstoffe (Schlafdecken usw.) und bedruckte Stapel-, seltener Modeware. Andrerseits beschränkt sich z. B. der Kattungroßist nicht auf Druckware, sondern führt vielleicht auch Ausrüstungsware sowie modische, bunte Webstoffe oder sonstige wollene und seidene Damenkleiderstoffe, Velvets usw. und greift damit in das Gebiet des Kleiderstoffgroßhandels über. Bei den ganz großen Firmen erweitert sich der Warenkreis oft noch mehr: Neben den eigentlichen Baumwollwaren werden Kleiderstoffe, Weiß-, Woll- und Kurzwaren, Strumpf- und Wirkwaren, sowie eigene Konfektion von Wäsche, Schürzen, Berufskleidung, evtl. auch Großkonfektion u. a. m. aufgenommen. Es entsteht das Warenhaus des Textilgroßhandels, der Engros-Sortimenter.

Hinsichtlich ihrer Lage und Zukunftsaussichten unterliegen die einzelnen Zweige einer unterschiedlichen Beurteilung, auf die später noch eingegangen wird. Aber auch jedes einzelne Unternehmen weist hinsichtlich Betriebsstruktur und Betätigungsweise starke individuelle Eigenarten auf, da es im Grunde seinen Stem-

---

[12]) Ein wichtiger Spezialzweig: die Futterstoffausrüstung. Neben der eigenen Ausrüstung der baumwollenen werden oft halbwollene und kunstseidene Futterstoffe fertig von der Futterstoffweberei bezogen.

[12a]) Von den insgesamt 37 Mill. kg Kunstseide, die 1931 in Deutschland verbraucht wurden, hat die Baumwollweberei rd. 2 ½ Mill. kg aufgenommen, bei einer Verarbeitung von 200 Mill. kg Baumwolle. (Konfekt. 1932 Nr. 15 S. 4.)

pel von der Persönlichkeit des Leiters erhält, der immer bestrebt ist, sein Geschäft ganz auf die besonderen Bedürfnisse der eigenen Kundschaft einzustellen.

2. Kapitel: Wesen und Grundformen der Funktionen des Baumwollwarengroßhandels

Aus den Gegensätzen zwischen rationeller Durchführung der Produktionsaufgaben und der Verteilungsaufgaben der Abnehmerschaft ergeben sich die im wesentlichen gleichgearteten Funktionen der verschiedenen Zweige des Baumwollwarengroßhandels, deren normale Grundformen nachstehend durch eine systematische Betrachtung klargestellt werden sollen.

Die nachfolgend versuchte Analyse der Großhandelsfunktionen fußt, wie ausdrücklich hervorgehoben sei, im wesentlichen auf den Vorkriegsverhältnissen. In langsamer Entwicklung hatten sich die typischen Aufgaben des Baumwollwarengroßhandels herausgebildet. Ihre Ausgestaltung und Vervollkommnung, das Streben nach ständig erhöhter Leistungsfähigkeit in der Erfüllung dieser volkswirtschaftlichen Funktionen, die nicht nur durch vorübergehende Zeitverhältnisse bedingt waren, sondern ganz allgemein dem Prinzip zweckmäßigster und rationellster volkswirtschaftlicher Arbeitsteilung entwuchsen, hatten dem Baumwollwarengroßhandel einen wichtigen Platz innerhalb der Baumwollwirtschaft gesichert. Vornehmstes Ziel des Großhandels muß heute sein, dort wo diese Leistungsfähigkeit verloren gegangen ist, zu diesen Idealfunktionen — wie man sie angesichts mancher Wandlungen seit dem Kriege nennen kann — wieder zurückzufinden und ihnen in steigendem Maße wieder gerecht zu werden.

Man kann sie ohne die lebhafte Wechselwirkung ihrer gegenseitigen Beziehungen außer Acht zu lassen, einteilen in

1. Funktionen gegenüber der Produktion (Lieferanten)
2. Funktionen gegenüber der Abnehmerschaft.

1. Die Funktionen gegenüber den Lieferanten.

a. Leitung und Anregung der Produktionspolitik nach Quantität, Qualität und Modeauswahl.

Die allgemeinen Aufgaben des Baumwollwarengroßhandels gegenüber seinen Lieferanten erschöpfen sich nicht in denen des übrigen Textilwarengroßhandels, sondern greifen in wesentlichen Punkten darüber hinaus. Während sich nämlich dessen Markttaktik an eine gegebene Produktionsgestaltung anlehnt, ohne daß er diese

— abgesehen davon, daß er sie durch großen Umsatz befruchtet — wesentlich beeinflußt, wird der Baumwollwarengroßhandel selbst zu einem Glied der Produktionswirtschaft und nimmt, wie schon erwähnt, in wichtigen Teilen der Baumwollindustrie auf Grund der besonderen Produktionsverhältnisse und seiner Kenntnis der Veredlung, des Marktes und der Bedarfsgestaltung, die kommerzielle Leitung und Organisation der Produktion zu erheblichem Maße selbst in die Hand.

Diese dem Baumwollwarengroßhandel eigentümlichen „Ausrüster"- und „Produktionsanregungsfunktionen" werden besonders deutlich, wenn man die Stellung des Großhandels gegenüber den drei folgenden Produktionsgruppen der Baumwollindustrie ins Auge faßt:

1. der lohnindustriellen Produktion,
2. der Bestellungsproduktion,
3. der marktwirtschaftlichen Produktion.

Bei der Produktion im Lohn (Veredlungsindustrie, Teile der Kattundruckerei) ist die Scheidung der technisch-industriellen von den kommerziellen Funktionen des Wirtschaftsprozesses in vollkommener Weise durchgeführt. Lediglich das Fabrikationsrisiko spielt eine Rolle[13], während das Marktrisiko im wesentlichen ausgeschaltet ist[14]. Die kommerzielle Leitung hat der Händler, von dessen Weisungen die Industrie völlig abhängt[15]. Vermöge seiner genauen Kenntnis der Marktlage und der Eignung der verschiedenen Gewebe für die Veredlungsprozesse kauft der Großhändler die Rohgewebe ein, übergibt sie dem rein industriellen Unternehmer zur Bearbeitung im Lohn und bestimmt (an Hand der vom Veredler vorgelegten Ausfallmuster und Dessinkarten) die Art der Veredlung, der die Ware je nach Beschaffenheit und Bestimmungszweck unterzogen werden soll. Die Gleichförmigkeit der Rohware, aus der im allgemeinen die verschiedensten Fertigfabrikate hergestellt werden können, bedingt diese Hauptfunktion des Ausrüsters.

Bei der Produktion „auf Bestellung" übernimmt der Rohweber oder Eigendrucker neben den rein industriellen

---

13) Die Veredler rechnen mit rd. 4—5 % für Verderb der Ware, die jedoch praktisch im Veredlungslohn einkalkuliert sind, so daß auch hier in Wirklichkeit das Risiko sehr beschränkt ist. Vgl. Landauer, Baumwollindustrie, a. a. O., S. 95.

14) Auch Kreditrisiko kommt nicht in Frage, da Veredlungsrechnungen innerhalb vier Wochen bezahlt werden müssen und etwaige Obligen durch das Zurückbehaltungsrecht der Waren gedeckt sind. Dagegen besteht natürlich auch hier ein bei der Größe des vorhandenen Eigen-Kapitals sehr bedeutsames Auftrags- und Beschäftigungsrisiko.

15) Im entsprechenden Fall natürlich auch von der Anweisung des integrierten Rohwebers mit Händlercharakter.

Funktionen spekulativ-kommerzielle Aufgaben, vor allem im Einkauf der Garne bezw. Rohgewebe, der auf eigene Rechnung und eigenes Risiko erfolgt [16]), weniger im Absatz, obwohl das Kreditrisiko infolge des dem Händler eingeräumten Ziels immerhin schon eine Rolle spielt. Der größere Teil der kommerziellen Aufgaben und Risiken verbleibt jedoch dem Händler, von dem Umfang und Art der Beschäftigung in starkem Maße abhängig ist. Die Rohweber arbeiten, von Ausnahmefällen abgesehen, nicht auf Lager, sondern reduzieren das Risiko, indem sie gewöhnlich erst auf Grund der Bestellungen des Baumwollwarengroßhändlers produzieren, der die Bedarfsgestaltung auf Grund seiner engen Fühlungnahme mit dem Markt am besten überblicken kann. Ebenso bilden für die großen Druckereien, wie schon erwähnt, die Vorbestellungen des Großisten die Basis für die Produktion, wenn auch hier ein gewisser Lageranbau unumgänglich ist. Während der Einfluß des Großhandels auf die Produktion in der Roh-weberei (Stapelware) hauptsächlich quantitativ bestimmend wirkt, liegt das Schwergewicht des Einflusses bei den Modewaren der Druckerei auf qualitativem Gebiete.

In jeder Saison bringen die Drucker einige Tausend neuer Muster aus Hunderten von verschiedenen Stoffqualitäten auf den Markt. Da liegt es auch in ihrem Interesse, wenn eine gewisse Vorwahl von sachkundiger Seite getroffen wird und diejenigen Muster ausgeschieden werden, die von vornherein als aussichtslos gelten können. Diese mit vielen Risiken behaftete Auslesefunktion erfüllt der Großhändler, der die Mode für die kommende Saison und die jeweilige Geschmacksrichtung im In- und Auslande frühzeitig erforscht, die Höhe des Bedarfs abschätzt und mit diesen Kenntnissen bestimmend in die Produktion eingreift.

Der Großhändler begnügt sich jedoch nicht mit der Auswahl und der Begutachtung der ihm von der Druckerei vorgelegten Muster oder Zeichnungen, sondern gibt dem Drucker auch selbst Anregungen für die Produktion und evtl. eigene Entwürfe für die kommende Saison, die immer wieder Neuheiten in Dessin, Qualität und Preislage verlangt. Die Reichhaltigkeit der Ausmusterung und die eindrucksvolle, geschmackvolle Ausführung, die die Verwendungsmöglichkeit baumwollener Gewebe nach dem Kriege erheblich gesteigert haben, sind nicht zuletzt der Initiative

---

[16]) „Sie suchen ihre Rente dadurch zu steigern, daß sie neben dem industriellen Nutzen noch beim Ein- und Verkauf Spekulationsgewinne zu erzielen suchen. So kaufen die Spinner und Weber Baumwolle und Garne, zumeist ehe sie feste Aufträge in Händen haben, und gehen häufig auf feste Abschlüsse ein, ohne sich selbst eingedeckt zu haben." Bruck, Kriegsausschuß, S. 18. Bei der Kattundruckerei tritt, wo es sich um hochwertige Gewebe handelt, das spekulative Moment sehr zurück.

und dem ausgebildeten Geschmacksempfinden des Großhändlers zu verdanken. Eine Fachzeitschrift [17]) schildert diese Bedeutung des Druckwarengroßhandels wie folgt.

„Welche Unsumme vermusterten vor dem Kriege viele Fabrikanten in Phantasieware, sowohl in der Weberei als auch in der Druckerei, wenn sie ohne Beziehungen zu dem besser informierten Großhandel waren. Wieviel verkehrte Ware würde fabriziert werden, wäre die enge Fühlung des Großhandels mit dem Fabrikanten nicht vorhanden."

Eine Eigentümlichkeit des Druckwarengeschäfts sind die sogenannten „Engagements", die besonders in den letzten Jahren erheblich zugenommen haben. Der Großhändler läßt sich bestimmte, evtl. selbst entworfene Muster reservieren und sucht mit diesen eigenen, oft Monopolcharakter tragenden Mustern, die meist auch bessere Verdienstmöglichkeiten bieten, die Kundschaft an sich zu ziehen. Dafür kommen freilich infolge der für die einzelnen Muster erforderlichen großen Bestellungen nur große Unternehmen in Frage oder solche Firmen, die auf Grund besonderer branchemäßiger Markt- und Modekenntnisse aus dieser Monopolisierung ein Spezialgeschäft machen.

Diese bestimmende und anregende Einflußnahme des Baumwollwarengroßhandels hinsichtlich Umfang und Art der Produktion, die für die vorerwähnten Produktionsgruppen typisch ist, fehlt fast völlig in dem dritten Sektor der Baumwollwirtschaft.

Bei der marktwirtschaftlichen Produktion, d. h. in der Buntweberei und bei den integrierten Rohwebereien treten die kommerziellen Aufgaben gleichberechtigt neben die technischen Funktionen, ja man kann sagen, die Unternehmungen haben händlerischen Charakter. Auf die Art und das Ausmaß der Produktion nimmt der Baumwollwarengroßhandel keinen besonderen Einfluß, sondern bildet dort, wo er nicht überhaupt von der Verteilung ausgeschlossen ist, lediglich die allerdings immer noch bedeutsame Absatzorganisation der Industriellen.

Die Aufgabe des Handels als Bestimmungsfaktor der Produktion in Rohweberei und Veredlungsindustrie wird ermöglicht und ergänzt durch die weiteren allgemeinen Funktionen gegenüber den Lieferanten.

b. Ermöglichung gleichmäßiger Beschäftigung durch Großeinkauf und Frühdisposition.

Große, geschlossene Bestellungen und frühzeitige Dispositionen sind die Voraussetzungen einer rationellen Produktion. Im

---

[17]) Zeitschrift für Textilwirtschaft (Organ der Herren- und Damenkonfektion) vom 26. 10. 1929.

Interesse der Ausnutzung seiner Produktionsmittel ist der Industrielle auf kontinuierliche Beschäftigung seiner Weberei oder Veredlungsanstalt angewiesen. Diese wird nur dadurch ermöglicht, daß der Handel seine Aufträge in entsprechend großem Umfange, in möglichst gleichmäßiger Verteilung über die Jahreszeit und möglichst frühzeitig dem Fabrikanten übermittelt, damit dieser gleichartige Aufträge für die Fabrikation vereinigen und durch ihre zweckmäßige Aufteilung das Maschinensystem und die Arbeitskräfte intensiv verwerten kann. Diese Aufgabe der Konjunkturmilderung ist umso wichtiger, als dem erforderlichen Gleichmaß der industriellen Beschäftigung ein besonders in Modestoffen stark schwankender Konsum gegenübersteht [18]).

Diese zersplitterte, stoßweise oder saisonmäßig auftretende Nachfrage wird vom Großhandel aufgefangen, der sie vorausschauend bereits in entsprechende, dem Produktionsinteresse angepaßte Anweisungen für Rohweberei, Veredlung und Druckerei übertragen hat. Die glatten großen Rohwarenabschlüsse — oft tausende von Doppelstücken, d. s. 100 000 Meter auf einmal — durch die er seinen Bedarf in den einzelnen Qualitäten jeweils für ein oder zwei Quartale zusammenfassend deckt, müssen in normalen Zeiten mindestens sechs Monate vor Beginn der Lieferungen — die sich gleichmäßig über die einzelnen Monate verteilen — getätigt werden [19]). da die Rohwebereien ihre Produktion stets für entsprechende Zeit vorverkauft haben. Ganz besonders sind große, einheitliche Aufgaben für die am einzelnen Auftrag mit hohen, fixen Kosten beteiligten Veredlungsanstalten erforderlich, soll nicht durch Zersplitterung der Produktion und der Muster die Wirtschaftlichkeit des Betriebes gefährdet werden [20]).

Auch auf dem Gebiet der Druckstoffe ist die Frühzeitigkeit der Disposition sehr bedeutungsvoll. Ein modischer Druckstoff braucht zwei bis drei Monate zu seiner Herstellung, und jedes Muster kann nur während einer Saison abgesetzt werden. Das bedeutet auch hier die Notwendigkeit für den Großhandel, schon etwa ein halbes Jahr im Voraus den Bedarf für die kommende Saison nach Menge, Preislage und vor allem Dessin festzulegen [21]).

---

[18]) Vgl. Landauer, Baumwollindustrie, a. a. O., S. 39.

[19]) Im Jahre 1907 sogar anderthalb Jahre vorher! Vgl. Ilgen, a. a. O., S. 142. Unter den heutigen Verhältnissen ist natürlich auch Loco-Ware vorhanden, für größere Mengen aber immerhin noch Vorausbestellung auf einige Monate notwendig.

[20]) Vgl. Ilgen, a. a. O., S. 144.

[21]) Vgl. Zeitschrift für Textilwirtschaft vom 9. 11. 1928, S. 1: „Die führenden Großhandelsfirmen haben ihre ersten Sommerbestellungen für 1929 im Juli, August 1928 zur Lieferung per Dezember/Januar gegeben, sodaß die Fabrikanten ihre Kollektionen fertigstellen konnten und ganz ansehnliche Anfangsbestellungen hatten."

Durch die Vordispositionen, die Verteilung der Lieferungshereinnahme über die einzelnen Monate und durch umfangreiche Nachorders der Großisten wird dem Drucker gleichmäßige Beschäftigung auch in den Zwischensaisons gesichert.[21a]).

c. Übernahme der Verteilungsfunktionen, Absatzrisiken und Erweiterung des Absatzes (Marktsucherfunktion).

Neben der unmittelbaren Einflußnahme auf die Produktion stehen die Aufgaben, die der Baumwollwarengroßhandel ähnlich wie der übrige Textilwarengroßhandel mit der Bereitstellung und Verteilung der Ware für den Konsum übernimmt. Die — später zu besprechenden — Funktionen, die dem Großhändler aus seiner engen Fühlungnahme mit der Abnehmerschaft erwachsen, äußern sich bei den Lieferanten in einer entsprechenden Entlastung. Der Baumwollwarengroßhändler nimmt dem Weber und Veredler die mit dem Absatz und der Verteilung der Fertigware verbundenen kommerziellen Risiken ab und wird selbst alleiniger Träger des Lager- und Absatzrisikos, das man sich wiederum zusammengesetzt denken kann aus dem Mode-, Preis- und Kreditrisiko. Sombart sagt: „Der Grad der Spezialisation eines Betriebes steht offenbar im geraden Verhältnis zur Schwierigkeit des Absatzes. In diesem Falle nehmen die spezialisierten Betriebe notgedrungen die Vermittlung des Handels in Anspruch, der hier gleichsam die Funktion der Integrierung vollzieht“ [22]).

Die Spezialisierung der nicht integrierten Rohwebereien und mehr noch der Veredlungsanstalten erschwert die Marktübersicht und Sortimentszusammenstellung. Sie treten deshalb im allgemeinen nicht etwa direkt mit der Abnehmerschaft in Verbindung. Der große Verkaufsapparat, den die vielen kleinen Bestellungen eines großen zersplitterten Abnehmerkreises für das einzelne Unternehmen erfordern und der die Produktion verteuern würde, wäre mit ihren Betriebsinteressen schwerlich vereinbar. Der Baumwollwarengroßhändler als der Träger des Absatzes ist vielfach in der Ausübung der kommerziellen Funktionen dem auf eigenes Risiko ausrüstenden Rohweber und Veredler bzw. dem direkt an den Verbraucher liefernden Drucker überlegen [23]). Fer-

[21a]) In der Zeitschrift für Textilwirtschaft vom 9. 11. 1928 heißt es hierzu: „Hätte der Drucker nicht die Großistenorders, so wäre er monatelang ohne Beschäftigung . . . Sie müßten ihre Betriebe monatelang stillegen, wenn sie auf die Ordereingänge der Detaillisten und Warenhäuser angewiesen wären, denn die Fabrikation wäre hinsichtlich der Quantitäten und des zeitlichen Eingangs der Dispositionen eine glatte Unmöglichkeit.“ — — —

[22]) Zitiert bei Brehme, a. a. O., S. 125.

[23]) Vgl. auch Liefmann, Krisen und Kartelle (Schmollers Jahrbuch, 26. Jahrg. S. 217). „Ein kapitalkräftiger Handel löst gewissermaßen das Risiko

ner fehlen der Industrie die Kenntnis der besonderen Absatzmethoden und die vielseitigen Absatzmöglichkeiten, die dem Großhandel zu Gebote stehen, der durch seine Tätigkeit in einer ganzen Reihe von Artikeln für seinen Apparat einen Saisonausgleich und damit eine einigermaßen regelmäßige, rentable Ausnutzung ermöglicht.

Der Weber oder Drucker muß unter normalen Umständen bestrebt sein, die eigene Lagerhaltung auf ein Minimum zu beschränken. Ein umfangreiches Lager in Roh- und Fertigware, wie es der Baumwollwarengroßhändler unterhalten muß, um jederzeit in ausreichendem Maße der an ihn herantretenden Nachfrage genügen zu können, würde für den Fabrikanten eine unzweckmäßige Kapitalbindung bedeuten, verbunden mit einem Lagerrisiko, das umso größer sein würde, je weniger er infolge Spezialisierung der Produktion die Bedürfnisgestaltung des Marktes zu überblicken vermag. Da eine Produktion auf Bestellung des Einzelhandels und der Konfektion zwecks Vermeidung dieses Risikos praktisch unmöglich ist, übernimmt der Großhandel als Lagerhalter die mit Bereitstellung dieser großen Posten von Webwaren verknüpften Gefahrmomente.

Hier ist nun zu unterscheiden zwischen der Lagerhaltung in modegemusterten Druck- und Buntwaren und in ausgerüsteten oder bunten Stapelwaren. Bei Modewaren werden für geschmackvolle Muster ohne Rücksicht auf den Rohwarenwert gerne beträchtliche Preise bezahlt, und das durch die Preisgestaltung der Rohware bedingte Risiko tritt zurück hinter dem Risiko der richtigen Musterauswahl, dem Absatz- und Moderisiko. In dem Charakter der Stapelware dagegen liegt es, daß sie an sich jederzeit absatzfähig, Modeschwankungen und Geschmacksrichtungen nur wenig unterworfen, dafür aber umso mehr den Einflüssen von der Kostenseite ausgesetzt ist.

Wegen der relativ geringen Werterhöhung der Stapelwaren durch die Veredlung [24]) tritt hier der Anteil des Rohstoffs am Preis stark in Erscheinung. Die Schwankungen auf dem Baumwoll-, Garn- und Gewebemarkt haben bestimmenden Einfluß auf die Preisgestaltung und Absatzfähigkeit dieser Artikel, und das spezielle Moderisiko geht über in das generelle Preis- und Konjunkturrisiko der Lagerhaltung.

Nur in wenigen Wirtschaftszweigen ist die Preisbildung so starken, unberechenbaren Einflüssen unterworfen wie gerade in der Baumwollwirtschaft. Rein spekulative Momente sind in hohem

---

der Produktion, also des stehenden Kapitals, auf in das volkswirtschaftlich weniger gefährliche Risiko des umlaufenden Kapitals, vermindert jedenfalls ersteres erheblich."

[24]) Durchschnittlich 15—20 %.

Maße wirksam und geben besonders dem Baumwollwarengroßhandel als dem hauptsächlichen Träger des Konjunkturrisikos auf dem Gewebemarkt sein charakteristisches Gepräge.

Der Rohgewebe- sowie der ihm in großen Zügen folgende Fertigwarenpreis sind die Komponenten der Preisbewegungen an den Rohstoffmärkten und der durch die inländische Konjunkturentwicklung oder durch gänzlich irrationale Einflüsse (Mode, Witterung) bedingten Nachfrage: beides voneinander unabhängige, den verschiedenartigsten Einflüssen ausgesetzte Faktoren mit stärksten Schwankungserscheinungen, die in wechselndem Ausmaße an den Preisveränderungen der Baumwollwaren beteiligt sind, die aber in ihrer Plötzlichkeit und Häufigkeit dem Großhändler den Überblick über die Marktlage sehr erschweren und ihm empfindliche Verluste verursachen können[25]).

Am schärfsten sind die Preisschwankungen ausgeprägt auf dem Baumwollmarkt, und Spannungen von 70—100 % innerhalb eines Jahres sind, besonders in der unruhigen Zeit seit dem Kriege, nichts Seltenes[26]). Von hier aus pflanzen sie sich wellenartig über den Garn- und Rohgewebe- auf den Fertigwarenmarkt fort und machen sich dort, je nachdem inwieweit noch sonstige Momente wirksam sind, innerhalb einer längeren oder kürzeren Zeitspanne in mehr oder minder abgeschwächten oder verstärkten Ausschlägen geltend[27]). Je mehr sich das Baumwollgewebe dem Absatz an den Konsumenten nähert, je geringer der Anteil des Rohstoffs am Warenpreise und je höher der auf die Verarbeitungskosten entfallende Anteil ist, desto unabhängiger wird die Preiskurve der Fabrikate von der des Rohstoffs[28]) und desto mehr wird daneben die in starkem Maße konjunkturempfindliche Nachfrage nach Textilien entscheidend. Oft gibt erst nach längerer Zeit und ganz allmählich der Rohgewebemarkt den vom Baumwollmarkt kommenden preisdrückenden Einflüssen nach, vor allem wenn infolge erhöhter Nachfrage greifbare Ware knapp ist; oft aber auch mag eine Rohstoffpreissenkung durch eine bestehende oder nachfolgende Absatzstockung noch verstärkt werden, und die Gewebepreise sinken weit mehr, als dies der Rohstoffanteil bedingt

---

[25]) Auf die Preisbildung im einzelnen kann hier nicht eingegangen werden. Vgl. hierzu die Arbeiten von Ilgen und Jacoby, a. a. O.

[26]) Vgl. die Tabelle über Höchst- und Niedrigstpreise der Baumwolle im Anhang.

[27]) Vgl. die Tabelle über die Höchst- und Niedrigstpreise der Rohgewebe im Anhang.

[28]) Eine Baumwoll-Preis-Differenz von 1 ct würde z. B. für 16/16 20/20 (grobfädige Standardqualität) eine Abweichung von 0,33—0,36 ct p. m., 19/18 36/42 (feinfädige Standardqualität) eine Abweichung von 0,21—0,22 ct p. m. verursachen.

hätte [29]). Gerade auf dem Fertigwarenmarkt sind die psychologischen Rückwirkungen einer Baumwollbasis oft weit stärker als die rein kalkulatorischen. Die Abnehmer des Baumwollwarenhändlers, die in unrichtiger Beurteilung der Marktlage die Auswirkungsmöglichkeiten einer Baumwollpreissenkung überschätzen, halten zurück mit dem Einkauf, verlangen sofortigen Preisnachlaß auf gelieferte und noch abzunehmende Ware, und der Ausrüster ist genötigt, seine Preispolitik den Bewegungen auf den vorgelagerten Märkten sofort und womöglich in stärkerem Maße anzupassen, als es dem Sinken des Baumwollpreises entsprechen würde.

Bei einer Baumwollhausse dagegen steigen die Fertigwarenpreise nur allmählich und nicht in gleichem Verhältnis mit: der Zwischenhandel kann wegen der starken Konkurrenz die Preise der Fertigwaren denen der Rohgewebe nicht in gleichem Verhältnis, sonder nur ganz allmählich anpassen.

Es ist ohne weiteres ersichtlich, wie sehr auch im solide fundierten Handel nicht nur der Rohstoff, sondern auch die baumwollene Fertigware zum Spekulationswert wird. Die Gefahr einer plötzlichen Entwertung des großen Roh- und Fertigwarenlagers, sei es infolge konjunktureller Einflüsse von der Nachfrageseite her, sei es infolge von Preisschwankungen auf dem Rohstoffmarkt, ist stets vorhanden. Durch die bei den Rohwebern für längere Zeit im voraus eingegangenen, umfangreichen Rohwarenabschlüsse, für die Preisnachlässe nicht in Frage kommen, und durch die lange Zeitspanne zwischen Rohwareneinkauf — Veredlung — Fertigwarenverkauf werden die auf den Lagervorräten ruhenden Verlustmöglichkeiten noch bedeutend vergrößert [30]). Die Vorbedingungen für die Übernahme dieser Risiken [31]) sind am ehesten bei dem in seinen Dispositionen schnell beweglichen und kapitalkräftigen Baumwollwarengroßhandel gegeben, der seine Mittel nicht in Anlagen festzulegen braucht und der besonders im Ausrüstungsgeschäft die stark spekulative Erfassung der wechselnden

---

[29]) Vgl. Joseph, a. a. O., S. 63. Dort zitiert aus dem Wochenbericht der Leipziger Monatsschrift für die Textilindustrie Nr. 2, 1908: „Vor 4 Wochen stand middling auf 49 ½ wie heute, für 19/18 fädige Kattune erhielt man damals 23 ½—24 Pfg., heute nur 19—19 ½ Pfg."

[30]) Besonders spekulativen Charakter haben die früher vielfach üblichen Enbloc-Aufträge mit dem Vorbehalt späterer Preisfixierung auf Grund des Rohbaumwollkurses zu einem bestimmten Zeitpunkt.

[31]) Der Ausrüster suchte sie vor dem Kriege teilweise auf die Weber zu überwälzen, indem er sich durch die Baisseklausel bei sinkendem Baumwollkurs einen entsprechenden Preisabschlag ausbedang. Vgl. Ilgen, a. a. O., S. 125. Ferner versuchte er durch die sogenannte Optionsklausel sich bei einer Baumwollhausse weitere Rohwarenposten noch zum alten Preise zu sichern. Beide Möglichkeiten scheiden infolge der geschwächten Machtposition des Großhandels heute aus.

Konsum- und Rohstoffpreisschwankungen zu seiner eigentlichen Domäne gemacht hat. —

Neben das Lager- und Marktrisiko tritt das Kreditrisiko. Die zersplitterte Kreditgewährung des Großhändlers an die zahlreichen kleinen und mittleren Firmen des Einzelhandels und der Konfektion entlastet die Industrie von der risikoreichen Aufgabe des direkten Kreditverkehrs. Die Kreditverhältnisse bei diesem Abnehmerkreis sind vielfach recht undurchsichtig und wenig stabil. Genaue Kenntnis der Kundschaft, ständige Fühlungnahme und Kontrolle sind unerläßlich, sollen größere Verluste infolge der erforderlichen umfangreichen und langfristigen Kreditgewährung vermieden werden. Der Weber stützt sich deshalb am besten auf eine beschränkte Zahl von kapitalkräftigen Großabnehmern, deren Bonität er viel besser zu überschauen vermag, und übergibt, will er sich nicht selbst einen großen, seine Kapitalkräfte belastenden und entsprechende Unkosten verursachenden Verkaufs- und Auskunftsapparat angliedern, diese Aufgabe zweckmäßigerweise dem Großhändler, bei dem die Vorbedingungen seiner ganzen Natur nach viel günstiger liegen, der die wirtschaftliche Kraft der oft schwachen Abnehmer genauer zu beurteilen und die Risiken besser zu verteilen vermag und dessen flüssige, nicht in Produktionsanlagen festliegende Betriebsmittel die nötige, ausgiebige Finanzierung der Kundschaft am ehesten gestatten. Der Großhändler wird also für den Rohweber, Drucker usw. zum Kreditgaranten, zum Überwachungsorgan. Er bildet den kräftigen und doch nachgiebigen Kreditpuffer zwischen Weberei und Abnehmerschaft und bleibt die Voraussetzung eines entwickelten Warenkreditverkehrs in der Baumwollwirtschaft.

Die Bedeutung des Großhandels als Absatzträger erschöpft sich nicht in seiner Aufnahmefähigkeit für die Warenproduktion, in dem Ausgleich der mit ihrer Verteilung verbundenen Risiken und in der Absatzvermittlung bis in die kleinsten Kanäle (Landgeschäfte, Hausierer), sondern wird ergänzt durch seine Tätigkeit als Absatzwerber und Markterweiterer. Er stützt sich nicht wie etwa die Einkaufsvereinigungen des Einzelhandels auf einen fest umgrenzten Kundenkreis, sondern sucht die Absatzmöglichkeiten ständig zu vermehren, neues Gelände zu erobern, immer neue Artikel und neue Musterungen herauszubringen oder neuartige Verwendungsmöglichkeiten für Baumwollwaren zu propagieren. Dieses immer wirksame Bestreben nach Ausweitung des Absatzes und Vergrößerung des Umsatzes kommt der Industrie wieder in entsprechenden produktionsfördernden und anregenden Wirkungen zugute.

d. Finanzierung der Produktion durch prompte Bezahlung.

Eine weitere bedeutsame Aufgabe liegt für den Baumwollwarengroßhandel in der wenigstens teilweisen Finanzierung der Produktion durch frühzeitige, nicht selten sogar vorzeitige Bezahlung. Die Veredlungsanstalten müssen ihre Kohlen, Chemikalien, Löhne usw. zum größten Teil in bar bezahlen. Der Ausrüster stellt ihnen die Mittel hierfür auf Grund der kurzzieligen Konditionen spätestens nach 30 Tagen zur Verfügung [32]). Gegenüber den Rohwebern wurde vor dem Krieg das gewährte kurze Ziel von 30 Tagen von den großen Firmen meist nicht einmal ausgenutzt, sondern die Einkäufe wurden durchweg gegen sofortige Kasse, teilweise sogar gegen Vorauszahlung getätigt [33]). Die Rohware war also sogar längst bezahlt, bevor sie in veredeltem Zustande auf das Lager des Großhändlers kam, meist sogar bevor der Veredlungsprozeß in Angriff genommen wurde. So wird der Großhändler für den Weber oder Veredler zu einer wichtigen finanziellen Stütze, die ihm durch Inanspruchnahme eines nur kurzen Zahlungszieles die für den Produktionsprozeß benötigten Betriebskapitalien rasch, möglichst sofort, wieder zuführt, hierdurch zur Erhöhung der Umlaufgeschwindigkeit der Betriebsmittel und folglich zur Sicherstellung der Rentabilität erheblich beiträgt und insgesamt die Finanzierung bedeutend erleichtert.

e. Ermöglichung fortschreitender Spezialisierung.

Durch die Übernahme der vorstehend geschilderten Funktionen und durch die starke Risikenentlastung der Industrie ermöglicht der Großhandel nicht nur eine strenge Scheidung zwischen den beiden Produktionsstufen der Weberei und Veredlung, sondern begünstigt auch die Tendenz zu weiterer Arbeitsteilung und Spezialisation innerhalb der einzelnen Zweige der Baumwollwirtschaft. Die Rohweber, Veredler und Drucker können, falls sie regelmäßig auf längere Zeit hinaus mit einigermaßen gleichmäßigem Absatz und entsprechender Beschäftigung durch den Großhandel rechnen können, ihre Aufmerksamkeit ganz der eigentlichen Produktionstätigkeit und ihrer intensiven technischen Vervollkommnung und Spezialisierung widmen. Die hierdurch ermöglichte Herabdrückung der Produktionskosten kommt

---

[32]) Heute hat sich natürlich die effektive Zielinanspruchnahme z. T. bedeutend erweitert.

[33]) Vgl. z. B. Levy, a. a. O., S. 21.

wiederum dem Ausrüster zugute und vermag seine Konkurrenzfähigkeit gegenüber den integrierten Unternehmungen günstig zu beeinflussen.

2. Die Funktionen gegenüber der Abnehmerschaft.

Der Aufgabenkreis des Großhandels gegenüber seinen Abnehmern, der teilweise schon oben unter einem andern Blickpunkt kurz gestreift wurde, umfaßt die mit der Lager- und Sortimentshaltung, der Kreditgewährung und dem Preisausgleich verbundenen Funktionen.

a. Lager- und Sortimentshaltung.

Die oben erwähnte fortschreitende Spezialisierung und Arbeitsteilung in Weberei und Veredlung machen für die verarbeitende Konfektion und den Einzelhandel ein leistungsfähiges Zwischenglied erforderlich, das die mannigfaltigen Produktionserzeugnisse in konsumreifem Zustande zu großen Lagervorräten zusammenfaßt und sie zu reichhaltigen Sortimenten (Kollektionen) gruppiert, die der sich bei ihm konzentrierenden Vielgestaltigkeit des Bedarfs entsprechen. Dadurch wird es der Kundschaft — der Wäsche- und Kleiderkonfektion in ihren verschiedenen Zweigen, dem kleineren Webwaren- und Futterstoffgroßisten zweiter Hand, den Textileinzelhandelsgeschäften, Kaufhäusern und den Gemischtwarengeschäften auf dem Lande — ermöglicht, an einer Stelle den Bedarf in einer ganzen Reihe von Artikeln einzudecken, während sie bei direktem Einkauf der einzelnen Warenarten, Qualitäten und Musterungen aus unzähligen Fabrikantenkollektionen das für sich Geeignete heraussuchen müßten. Das wäre aber für den einzelnen Abnehmer bei der Unübersichtlichkeit der Produktion und angesichts seiner sonstigen Aufgaben eine völlige Unmöglichkeit, ganz abgesehen davon, daß er für den Bezug von ausgerüsteter Ware auf die Dienste des Ausrüsters angewiesen ist, da ihm selbst die nötige Kenntnis der Rohware und des Veredlungsprozesses fehlt, die Ausrüstung der kleinen in Betracht kommenden Rohwarenquanten außerdem unwirtschaftlich wäre. Der Großhandel bietet in seiner wichtigen Funktion als Lagerhalter den Abnehmern die erschöpfende Auswahl und Marktübersicht über die Erzeugnisse der Baumwollwirtschaft, die der einzelne Fabrikant im allgemeinen nicht zu geben vermag. Durch die Bereitstellung umfangreicher Lagervorräte in Fertigwaren und zwecks Sicherung des Nachschubes in Rohware, durch richtige, der Vielfältigkeit der verlangten Artikel und Qualitäten

angepaßte Auswahlhaltung sucht er allen von Seiten der Kundschaft an ihn herantretenden Ansprüchen Genüge zu leisten. Das bedeutet für den Abnehmer einen unschätzbaren Vorteil. Nicht nur kann er durch bequemste Bedarfsdeckung die mit der Einkaufstätigkeit verbundenen Mühen und Kosten auf ein Mindestmaß beschränken, sondern er kann auch jederzeit in kleinen und kleinsten Mengen der jeweiligen Geschäftslage angepaßte Aufträge und Nachbestellungen geben und braucht sich nicht in langfristigen großen Abschlüssen frühzeitig festzulegen. Weder der Konfektionär noch der Einzelhändler weiß, was z. B. Baumwolle und Gewebe in einem halben Jahre kosten werden, wie sich die Absatzmöglichkeiten gestalten werden und welchen Artikeln sich die Mode zuwenden wird. Das Lager des Großhändlers erspart ihm jede Überraschung, entlastet ihn von den unüberschbaren Konjunktur- und Moderisiken und beliefert ihn mit der richtigen Ware zur rechten Zeit.

Gerade für die modebestimmten Druckwaren ist der Großhändler als modischer Berater seiner Abnehmer unentbehrlich. In tausendfacher Musterung schüttet jede Saison ihr Füllhorn von Modestoffen auf den Markt. Der Druckwarengroßist übernimmt es, die vielen Fabrikantenkollektionen zu sichten und bietet auf Grund mühevoller und risikoreicher Auslesearbeit der Kundschaft mit seiner Kollektion einen konzentrierten Überblick über die besten, die kommende Moderichtung repräsentierenden Dessins. Diese Musterauswahl bewahrt Einzelhandel und Konfektion vor Dispositionen in ungängiger Ware, rückt Neuheiten ins rechte Licht und hilft den Abnehmern ihr eigenes modisches Urteil zu bilden und zu kontrollieren. „Der Großhandel, der seine Geschäfte wie wir über ganz Deutschland betreibt, kann ein abgeschlosseneres Urteil über die Modericht geben, als ein Einzelhändler“ [34]). Und weiter: „Der Einzelhändler kann ein noch so geschickter Disponent sein, er würde nie ein geschlossenes Ganze zusammen bekommen, wenn er seinen gesamten Bedarf an Modewaren beim Fabrikanten direkt decken würde.“

Je vollständiger der Großhändler die mit der Lagerhaltung verbundenen Funktionen und Risiken übernimmt, desto weniger ist die Abnehmerschaft auf die Haltung und Vordisposition eigener Reserve-Lagerbestände angewiesen. Wenn der Einzelhändler die Gewißheit hat, daß er im Bedarfsfalle jederzeit auf das gut sortierte Lager des Großhandels zurückgreifen und durch Abruf und sofortige Lieferung der benötigten Ware die Lücken seines Sortiments ausfüllen kann, so braucht er sich keine großen Vorräte hinzulegen, zumal der Großhändler die Ware nicht nur stückweise

---

[34]) Vgl. Enquêtebericht über Textilgroßhandel, a. a. O., S. 249.

wie der Fabrikant, sondern auch in kleineren Posten abzugeben pflegt, wie sie gerade benötigt werden. Die Inanspruchnahme des Betriebsfonds durch Investition größerer Kapitalmengen im Warenlager fällt weg, vernünftige Disposition vorausgesetzt, und er kann bei geringem Kapitalerfordernis durch rascheren Umschlag des unumgänglich notwendigen Lagers sein Risiko vermindern und die Rentabilität des Geschäfts steigern. Die Lagerhaltung des Großhandels bildet deshalb schon einen Teil der Finanzierung des Abnehmers.

b. Finanzierung durch Kreditgewährung.

Die Gewährung langfristigen Warenkredits ist eine der wichtigsten Voraussetzungen des Großhandels. Zwar pflegen manche Großisten ein mehr oder minder umfangreiches Lagergeschäft mit Barverkäufen, der größere Teil der Konfektion und des Textileinzelhandels jedoch ist mangels eigener Kapitalkraft auf Inanspruchnahme von Kredit angewiesen. Hierfür kommt wegen Fehlens ausreichender Unterlagen meist weder der Bankkredit noch die Kreditgewährung durch den Produzenten in Betracht: der Warenkredit des Großhändlers und Ausrüsters ist für diesen Abnehmerkreis nicht nur der billigste und bequemste, sondern oft der einzige, den er bekommen kann.

Die Konditionen des Großisten für die Abnehmer sind nicht unwesentlich günstiger als diejenigen, die sie von den Fabrikanten (besonders den Rohwebern und Veredlungsanstalten) erhalten. Das Ziel beträgt offiziell 90 Tage oder 90 Tage Schluß-Liefermonat, wird jedoch tatsächlich weit überschritten. Zu einem großen Teil zahlt die Kundschaft erst nach vier bis sechs Monaten oder noch später, und möglicherweise auch dann nicht in bar sondern in langlaufenden Wechseln[35]). Die für den langfristigen Zahlungsverzug berechneten Zinsen — sofern nicht der Zinsverlust schon in höheren Preisen einkalkuliert ist — werden von der Kundschaft in der Regel ignoriert und nur in den wenigsten Fällen voll bezahlt, womit der Großhändler, will er den Kunden nicht verlieren, sich wohl oder übel zufrieden geben muß.

Die großzügige finanzielle Unterstützung durch den Großhandel geht also hinsichtlich des tatsächlich gewährten Ziels und der Zinsberechnung weit über das Maß an Entgegenkommen hinaus, das der Einzelhändler bei der Industrie erwarten könnte,

---

[35]) Über die Verhältnisse vor dem Kriege schreibt z. B. Steinert, a. a. O., S. 13: „Die Konditionen variieren zwischen 30 Tage, 90 Tage, 3 3 Monate, 6 Monate, ja bis zu 12 Monaten. Es gibt Kunden, die nach 1 Jahr mit 3—6 Monatswechseln bezahlen und sehr unwillig sind, wenn sie Zinsen zahlen sollen". Ähnlich ist es heute.

deren Leistungskraft in dieser Hinsicht beschränkt bleibt und ermöglicht ihm, unter Umständen mit der Zahlung sogar solange zu warten, bis die Ware verkauft ist. Langfristige Kreditgewährung ebenso wie Lagerhaltung des Großisten bedeuten also, daß dieser als „Bankier" seiner Kundschaft einen maßgeblichen Teil der Finanzierung des Warenweges vom Einkauf der Rohgewebe bis zum Verkauf der Fertigware an den Konsumenten übernimmt, und damit für seine Abnehmer den erforderlichen Aufwand an Eigenkapital bedeutend herabdrückt.

c. Preisausgleich.

Die bedeutungsvolle Aufgabe des Großhandels, preisausgleichend und konjunkturmildernd zu wirken, wurde schon bei der Untersuchung seiner Funktionen gegenüber der Produktion gestreift[36]). Er soll nicht nur zeitliche Mißverhältnisse zwischen Produktion und Konsum überbrücken, sondern auch zu einer ruhigen, stetigen und möglichst wenig von augenblicklichen Rohstoffmarktlagen beeinflußten Preisbewegung beitragen, indem er die Konjunkturstöße in seinem Warenreservoir auffängt und abschwächt. Das Halten großer Lagervorräte wirkt schon an sich preisausgleichend. Für die Abnehmer wirkt sich das dahingehend aus, daß der Großhändler einer Steigerung der Preise in den vorgelagerten Produktionsstufen erst nach und nach zu folgen braucht und das auch mit Rücksicht auf die Konkurrenz nicht anders kann; daß andrerseits eine Baisse allerdings eine schnellere Senkung der Preise erzwingt, wobei der Großhändler — mehr oder weniger freiwillig — den Verlust zu einem großen Teil oder ganz auf sich nimmt[37]). Das Großhandelslager als Ausgleichsreservoir schwächt also die Preisschwankungen ab und bietet dem Abnehmer Gelegenheit, seinen Bedarf unter Begrenzung und möglichster Niedrighaltung des Preisrisikos zu decken.

3. Zusammenfassung.

Zusammenfassend ist zu sagen, daß die Funktionen des Baumwollwarengroßhandels weitgehend bestimmt werden durch das Vorhandensein und den Umfang der zu übernehmenden, teil-

---

[36]) Siehe S. 11 ff., 17.

[37]) S. S. 16. Durch die sogenannte Baisseklausel, die bei manchen Ausrüstern üblich ist, wird der Kundschaft von vornherein ein entsprechender Preisnachlaß auf die laufenden Fertigwarenabschlüsse zugestanden, falls die Rohgewebepreise sinken. Eine für den Großhändler recht gefährliche Politik, auf die nicht zuletzt z. B. der Zusammenbruch der Firma Gebr. Simon, Berlin, zurückzuführen ist. Vgl. hierzu Zeitschrift für Textilwirtschaft vom 16. 8. 1929. Ferner u. a.: Ilgen, a. a. O., S. 144, Steinert, a. a. O., S. 84.

weise stark spekulativ gefärbten Risiken. Größte Risikobereitschaft gegenüber den Lieferanten und den Abnehmern bildet die sicherste Grundlage für seine Existenz und gibt seinen Funktionen den bedeutungsvollen Inhalt, der ihn als mitwirkenden und bestimmenden Faktor im Produktions- und Verteilungsprozeß der Baumwollwirtschaft schwer entbehrlich macht.

3. Kapitel: Die Voraussetzungen für die Erfüllung der Funktionen

1. Ausreichende Kapitalbasis.

Voraussetzung für die Erfüllung der volkswirtschaftlichen Aufgaben des Baumwollwarengroßhandels ist neben der schon erwähnten fortschreitenden Differenzierung in der Industrie eine starke finanzielle Position, vor allem genügende Ausstattung mit Eigenkapital. Die große Spanne, die zwischen Rohwareneinkauf und Absatz der Fertigware liegt und die bestimmt wird durch die Transportdauer der Ware (vom Rohweber zur Veredlungsanstalt und von dort zum Lager), durch die Dauer der Veredlung (durchschnittlich acht bis zehn Wochen) und des Lagerumschlags, das Mißverhältnis ferner des vom Ausrüster beim Rohweber und Veredler beanspruchten Ziels zu den langfristigen Krediten der Kundschaft, bedingen schon rein zeitlich eine außerordentliche Elastizität der Kapitaldecke. Die beim Ausrüster zusammengeballten Warenmengen, die großen Risiken stellen weitere, bedeutende Ansprüche an die Kapitalkraft und erfordern eine sehr bewegliche, gut fundierte, auch bei großen Konjunkturschwankungen ausreichende Finanzbasis. Jacoby (a. a. O., S. 32) schrieb vor dem Kriege: „Heute erfordert der Beginn und erfolgreiche Betrieb eines Baumwollwarenengrosgeschäftes, wie von sachkundiger Seite versichert wird, ein Kapital von mindestens 500 000 bis 1 000 000 Mark." Diese Zahlen erscheinen allerdings auch für damals reichlich hoch gegriffen. Für heutige Verhältnisse dürfte man den Mindestkapitalbedarf eines gesunden Unternehmens je nach Umfang auf 150 000 bis 200 000 Mark veranschlagen, womit natürlich keinerlei Aussage über das tatsächlich vorhandene Kapital gemacht werden soll, das wohl in manchen Fällen erheblich geringer sein dürfte.

2. Persönliche Voraussetzungen.

Die Verfügung über reichliche Betriebsmittel allein genügt jedoch nicht, sondern gerade im Baumwollwarengroßhandel ist das

Persönlichkeitsmoment, individuelle Geschicklichkeit und Anpassungsfähigkeit in der Verwendung des Kapitals, für den Geschäftserfolg ausschlaggebend. Eine gewisse marktmäßig-spekulative Einstellung und Befähigung sind für den Unternehmer unerläßlich. Langjährige Erfahrung, viel Lehrgeld, große Warenkenntnisse und Gewandtheit im Umgang mit der Kundschaft gehören dazu, die richtigen Rohgewebe, die vorteilhafteste Ausrüstung herauszufinden, um eine dem Bedürfnis und Geschmack der Abnehmer entsprechende Ware liefern zu können.

„Der Einkauf der in großen Mengen auf den Markt kommenden Waren verlangt große Beweglichkeit und schnelles Eingreifen zum Ausnutzen der Konjunktur. Der Verkauf verlangt bei der Vielheit der Produkte ein scharfes Erspähen der Absatzbedürfnisse, Geschmackswendungen usw. Mehr als bei anderen Waren spielen beim Verkauf von Baumwollwaren die individuellen Beziehungen zwischen Käufer und Verkäufer eine große Rolle“ [38]). Ob nun das Schwergewicht wie bei Stapelwaren mehr beim Einkauf, oder wie bei Modewaren mehr beim Verkauf liegt, in beiden Fällen ist sorgfältige Überlegung, energische Initiative des Leiters gemeinsames Erfordernis, um sein Unternehmen lebensfähig zu erhalten.

Trotz seiner qualifizierten Tätigkeit und der unverhältnismäßig großen Risiken muß sich normalerweise der Großhändler, gezwungen durch den scharfen Wettbewerb leistungsfähiger Konkurrenzfirmen, mit einer nur sehr geringen Gewinnquote pro Meter begnügen. Der Gesamtgewinn muß durch große Umsätze erzielt werden. Zwar bietet sich auf Grund der starken Preisschwankungen die Möglichkeit, die Marge durch Spekulationsgewinne zu vergrößern, andrerseits liegen aber die Verlustmöglichkeiten bei Umschwung der Marktlage sehr nahe [39]). „Der Gewinn ist das mit der Konjunktur schwankende Moment der Spannung, wechselt mithin sehr stark und ist individuell verschieden je nach den Einkaufs- und Verkaufsoperationen des Ausrüsters“ [40]).

---

[38]) Vgl. Landauer, a. a. O., S. 68.
[39]) Vgl. S. 15 ff.
[40]) Vgl. Ilgen, a. a. O., S. 144.

II. Abschnitt

Der Baumwollwarengroßhandel bis zur Stabilisierung

1. Kapitel: Abriß über die Entwicklung bis zum Kriege

Die vorstehend geschilderten Normalfunktionen des Baumwollwarengroßhandels haben sich als Ergebnis jahrzehntelanger Entwicklung bis zum Kriege allmählich herangebildet. Ein kurzer Abriß über die Hauptetappen in der Geschichte des Baumwollwarengroßhandels mag das verdeutlichen:

In den dreißiger und vierziger Jahren gingen die ersten Webwaren- und Manufakturwarengroßhändler dazu über, zunächst in kleinem Umfange baumwollene Gewebe — infolge der geringen Bedeutung der heimischen Baumwollweberei vorwiegend englischer Herkunft — auszurüsten[41]. Größere Bedeutung gewannen zu gleicher Zeit mehrere Berliner Händler, die sich speziell auf den Import fertiger Gewebe und Garne aus England verlegten, die sie in Schlesien und Berlin z. T. selbst verweben und veredeln ließen[42]. Durch die Gründung von Veredlungsgroßbetrieben wurde der neue Geschäftszweig gefördert[43], während die ebenfalls nunmehr nach Einführung des mechanischen Webstuhls aufkommenden Großbetriebe der Rohweberei hierauf weniger Einfluß hatten, da sie ihre Fabrikate größtenteils selbst veredeln ließen und als Fertigware weiterverkauften. Auch für die in den fünfziger Jahren vor allem in Berlin neu entstehenden Großhandelsunternehmungen, darunter die später größte Firma der Branche Gebr. Simon (1852), blieb es also vorerst hauptsächlich beim Import ausländischer Gewebe. Einen raschen Aufschwung nahm der Baumwollwarengroßhandel aber erst in den sechziger und siebziger Jahren mit der Verdrängung der bisher dominierenden Leinenerzeugnisse und der schnellen Entwicklung der Bekleidungsindustrie, die für ihn von ganz hervorragender Bedeutung geworden ist. In diesen Jahren entstanden in rascher Folge

---

[41]) Seyd, a. a. O., S. 31, berichtet über diese ersten Versuche Wuppertaler Firmen. Ihrem Wesen nach knüpft die Baumwollwarenausrüstung übrigens an die Lohnbleiche von Leinengeweben und Leinengarnen an, die sich im Wuppertal, in Schlesien, Plauen usw. während des 18. Jahrhunderts lebhaft entwickelt hatte. Wenn man noch weiter zurückgreift, kann man auch auf die Ulmer und Plauener Barchenthausindustrie als Vorläuferin verweisen. Vgl. hierzu Landauer, Baumwollindustrie, a. a. O., S. 21, 29, 30.

[42]) Vgl. Levy, a. a. O., S. 18.

[43]) Die erste chemische Stückbleicherei wurde 1835 in Augsburg errichtet. Vgl. Landauer, a. a. O., S. 99.

Großhandlungen in den verschiedensten Plätzen des Reichs, die ebenso wie ältere, bereits bestehende Manufakturwarengroßisten das Ausrüstungsgeschäft zum Mittelpunkt ihrer Tätigkeit machten. Während bisher die großen Handelsfirmen hauptsächlich Abnehmer der englischen Industrie waren, begannen sie nach 1870 ihren Bedarf auch bei den leistungsfähig gewordenen deutschen Firmen zu decken und ihnen das Risiko der Ausrüstung abzunehmen. Auf diese Entwicklung hatten nach Einverleibung des Elsasses insbesondere die elsässischen Weber und Drucker Einfluß, die sich des Baumwollwarengroßhandels bedienten, um für ihre Waren auf dem deutschen Markte Absatz zu finden [44]). Immerhin klagte noch 1878 bei der Reichsenquête die Baumwollindustrie darüber, wie sehr das Fehlen eines kräftigen Zwischenhandels die Erhöhung der Leistungsfähigkeit durch Spezialisierung erschwere [45]). Die Solidarschutzzölle von 1878 brachten hierin eine entscheidende Änderung. Sie verschlossen den Engländern in den Standardgeweben den deutschen Markt, und der Großhandel suchte jetzt seine Bezugsquellen bei den neuen süddeutschen und westfälischen Rohwebereien. Steigender Wohlstand und Bevölkerungszunahme, wachsende Bekleidungsbedürfnisse und der außerordentliche Aufschwung der verschiedenen Konfektionszweige waren die Grundlagen zu der stetig aufsteigenden Entwicklung der deutschen Baumwollindustrie und zu einer bedeutenden Erweiterung des Tätigkeitsfeldes des Baumwollwarengroßhandels. Die bisher wegen der geringen Mannigfaltigkeit der Gewebe vorherrschende Neigung zur Integration wurde angesichts der wachsenden Bedeutung des sich differenzierenden Produktionsprozesses abgelöst von der Spaltung der technischen und kommerziellen Funktionen [46]). Nur einige alte integrierte Produktionsunternehmen, sowie einige von Großhändlern selbst in eigene Regie übernommene Webereien und Ausrüstungsanstalten, die sich aber vorzugsweise auf die Herstellung von Spezialartikel verlegten [47]), behielten die eigene Ausrüstung und den direkten Absatz bei und bildeten die schärfste Konkurrenz des Großhandels, vermochten jedoch trotz vermehrter Bemühungen kurz vor dem Krieg [48]) nicht, seine völlig dominierende Stellung in der Baumwollindustrie wesentlich zu beeinträchtigen. Trotz einiger Rückschläge [49]) blieb er der Machtfaktor, auf

---

[44]) Vgl. Levy, a. a. O., S. 20.
[45]) Vgl. Landauer, Baumwollindustrie, a. a. O., S. 85.
[46]) S. S. 9.
[47]) Vgl. Landauer, a. a. O., S. 86, 115. Rothschild, a. a. O., S. 33.
[48]) Vgl. Rothschild, a. a. O., S. 33.
[49]) Besonders der große Preissturz für Rohgewebe 1908/09 brachte dem Großhandel, der sich teilweise auf ein bis anderthalb Jahre im Voraus mit Rohware eingedeckt hatte (s. Anm. 20), riesige Verluste und hat eine Zeitlang seine Position ernsthaft erschüttert. „Zahlreiche Händler konnten nicht mehr

dessen Dienste bei fortschreitender Differenzierung und Spezialisierung der größte Teil der Rohwebereien, Druckereien und Veredlungsanstalten, weniger schon damals der Buntwebereien, die mehr den direkten Absatz pflegten, angewiesen blieben.

2. Kapitel: Die Auswirkungen der Kriegs- und Inflationswirtschaft auf den Baumwollwarengroßhandel

Die Entwicklungsrichtung schlug nach dem Kriege völlig um. Wenige Gruppen der deutschen Wirtschaft wurden durch den volkswirtschaftlichen Umschichtungsprozeß, die anormale Entwicklung des Wirtschaftslebens in der Kriegs- und Nachkriegszeit so sehr betroffen und in so starkem Maße aus der früheren Machtposition zurückgedrängt wie der Baumwollwarengroßhandel. Strukturelle Bedarfsverschiebungen, neue wirtschaftliche Organisationsformen, sowie die — zwangsläufige oder verschuldete — Unmöglichkeit, seine Funktionen noch in dem Umfange zu erfüllen, der ihn für Lieferant und Abnehmer unentbehrlich machen würde, sind die hauptsächlichen Kennzeichen dieser absteigenden Entwicklung des letzten Jahrzehnts.

Was ist nun wirklich Entwicklungslinie, was lediglich Übergangserscheinung, Schlacken einer anormalen Zeit? Um das zu erkennen, muß man auf die Wurzeln der heutigen labilen Situation zurückgreifen, auf die Kriegs- und Inflationswirtschaft und ihre Auswirkungen auf den Baumwollwarengroßhandel bzw. auf den allgemeinen Textilgroßhandel [50]).

1. Der Baumwollwarengroßhandel in der Kriegswirtschaft.

Der völligen Geschäftsstockung nach Ausbruch des Krieges folgte nach den ersten Kriegserfolgen eine starke Belebung. Die riesigen Läger an Baumwollwaren wurden mit hohen Preisaufschlägen [51]) teils sofort, teils später an die Militärbehörden mit

---

wie früher im Großen einkaufen und rationell disponieren und gingen vom Lohndruck zum Bezug fertiger Druckware über." Landauer, a. a. O., S. 93.

[50]) Bezüglich der im Rahmen dieser Arbeit natürlich nur in großen Zügen skizzierten chronologischen und tatsächlichen Einzelheiten sei vor allem verwiesen auf die Jahresberichte der Berliner Handelskammer und auf die Arbeiten von Israel und Fonck (s. a. a. O.).

Über die Baumwollindustrie in der Kriegswirtschaft gibt es eine zahlreiche Literatur, die aber hauptsächlich auf Brucks Quellenwerk (vgl. a. a. O.) zurückgeht.

[51]) Der Preis für 78 cm Nessel 16/16 20/20 München-Gladbach betrug im April 1914 22,7 Pf., im Dez. 1914 32 Pf.

ihrem Riesenbedarf, in zweiter Linie auch an die Zivilbevölkerung abgestoßen. Da die Vorräte jedoch nicht im Verhältnis zum Absatz erneuert werden konnten, entstanden bald klaffende Lücken in den Lägern, und die Frage der Warenbeschaffung wurde schon Anfang 1915 immer schwieriger.

Die Produktion der Webereien wurde in steigendem Maße von den Militärbehörden beansprucht, die seit Ende 1914 grundsätzlich ihre Aufträge nur an Selbsthersteller erteilten. Der Großhändler, dessen Tätigkeit sich somit auf die immer knapper werdende Versorgung der Zivilbevölkerung beschränkte, wurde von den Webereien nur noch in kleineren Posten und gegen schärfste Konditionen beliefert [52]).

Die zunächst immerhin noch leidliche Situation des Baumwollwarengroßhandels wurde im Sommer 1915 und mehr noch Anfang 1916 durch kriegswirtschaftliche Maßnahmen bedeutend verschärft. Bisher hatten die großen Baumwollvorräte die Vollbeschäftigung der Baumwollindustrie vom Spinner bis zum Veredler ermöglicht. Die nunmehr zutage tretende Rohstoffknappheit machte eine Zwangsbewirtschaftung der Baumwolle unerläßlich. Verschiedene Spinn- und Webverbote und Bestandsaufnahmen [53]) sowie die sehr weitgehende Webwarenbeschlagnahme vom 1. 2. 1916 [54]), die große Bestände aus dem Verkehr zog, hatten die möglichst lange Aufsparung und Schonung der Vorräte für Heeresbedürfnisse zum Ziel und machten die Weiterbelieferung des Großhandels durch seine Lieferanten fast unmöglich. Die Webereien arbeiteten fast nur noch für die Heeresverwaltung, die auch die Rohgewebe unter Umgehung der Ausrüster direkt an die Veredlungsanstalten gehen ließ. Aufträge des Großhandels wurden für die meisten Textilwaren lediglich gegen Freigabe- und Bezugsscheine ausgeführt, die aber für den Händler nur sehr schwer erhältlich waren. So konnte von einem Geschäftsverkehr der Lieferanten mit ihren alten Abnehmern, zumal von 1917 ab, nicht mehr gesprochen werden.

Das Wenige an Bewegungsfreiheit, was die Zwangsbewirtschaftung und der behördlich geregelte Bezugszwang dem reellen Großhändler noch ließen, raubten ihm die staatlichen Preisfestsetzungen [55]) und Verordnungen gegen den Kettenhandel in Webwaren [56]). Da nämlich der direkte Bezug fast völlig unterbunden

---

[52]) Vgl. Israel, a. a. O., S. 8.

[53]) Näheres s. Bruck, Kriegsausschuß, a. a. O., S. 45 ff.

[54]) Vgl. Levy, a. a. O., S. 28, Mossig, a. a. O., S. 79.

[55]) Durch die Preissteigerungsverordnungen vom 1. 2. 1916 und (abgeschwächt) vom 30. 3. 1916. Vgl. Fonck, a. a. O., S. 42.

[56]) Insbesondere die Verordnung vom 8. 2. 1917. Die vorhergehende vom 10. 6. 1916 bestimmte, daß der Webwarengroßhändler nur solche Abnehmer beliefern durfte, die bereits vor dem 1. 5. 1916 dauernd Kunden gewesen waren.

war, wurde für die geringen noch vorhandenen Vorräte immer mehr der Handel zwischen Großist und Großist üblich, der natürlich, zumal daneben überall ein unreelles Händlertum pilzartig emporschoß, erhebliche Preissteigerungen im Gefolge hatte[57]). Die gegen diese Mißstände gerichteten Verordnungen wirkten sich für den regulären Baumwollwarengroßhandel besonders folgenschwer aus, da die Belieferung von kleineren Provinzgroßhändlern oder Demigroßisten die zugleich Einzelhändler und Großhändler sind, einen wesentlichen Teil seines Geschäftsverkehrs ausmacht. Die Folge war eine große Unsicherheit des Geschäfts für den Webwarengroßhändler, der keinerlei legitime und rentable Betätigungsmöglichkeit mehr sah, während der illegitime Kettenhandel das Feld immer mehr beherrschte.

Nur eine kleine Kompensation für die Unmöglichkeit des Warenbezugs bei den Webereien, durch die das reguläre Großhandelsgeschäft ab 1917 so gut wie unterbunden wurde, bedeutete die Verteilung der von der Heeresverwaltung freigegebenen Beuteware („Reichsware") durch die Reichsbekleidungsstelle und später durch die mit der Unterverteilung betrauten einzelnen Fachverbände des Textilwarengroßhandels. Die Ware wurde unter Zugrundelegung der Friedensumsätze in gleichwertigen Posten den Mitgliedsfirmen zugeteilt, die sich zur Bezahlung der Ware sofort nach Rechnungsempfang und zur Einhaltung der von der Kriegswirtschafts A.-G. festgesetzten Preise und Konditionen gegenüber den Abnehmern verpflichten mußten. Die zugeteilte Warenmenge sollte auch an möglichst viele Großhandelskunden und in möglichst kleinen Posten — nicht über 500 Mark für den einzelnen Abnehmer — weiterverkauft werden[58]). Obwohl natürlich diese Geschäfte nicht gerade besonders lohnend waren, wachte der Großhandel darüber, daß möglichst alle zur Verteilung gebrachten Waren durch ihn in den Verkehr gebracht wurden. Den starken, auf seine Umgehung abzielenden Tendenzen seitens der Behörden, die für die ärmere Bevölkerung den Gemeinden Textilwaren zum Verkauf durch den örtlichen Einzelhandel überwiesen, setzte er energischen Widerstand entgegen und verhinderte jedenfalls die geplante Ausweitung dieses Prinzips.

Je länger der Krieg anhielt, desto spärlicher wurden die von der Reichsbekleidungsstelle zugeteilten Warenmengen. Auch die in den letzten Kriegsjahren in stärkerem Maße aufkommenden Ersatzfaserstoffe, vor allem Papiergewebe, die ähnlich wie Baumwollstoffe gebleicht, gefärbt und bedruckt werden konnten, gewannen für den Textilgroßhandel keine große Bedeutung. Sie

---

57) Näheres siehe Hirsch, Kettenhandel, a. a. O.

58) Näheres über die Verteilung der Reichsware siehe Israel, a. a. O., S. 20 ff.

wurden in erster Linie für Heereszwecke (Sandsäcke, Rucksäcke, Decken) aber auch für den Bekleidungsbedarf der Zivilbevölkerung (Arbeitsanzüge, Röcke, Schürzen) verwandt, obwohl diese ihnen sehr skeptisch und ablehnend gegenüberstand.

Insgesamt führte die katastrophale Warenknappheit — auch der Bezug aus dem neutralen Auslande war unmöglich — im Verein mit den kriegswirtschaftlichen Maßnahmen zu einer fast völligen Stillegung der Tätigkeit des Webwarengroßhandels, sofern sich dieser nicht, wie es vielfach geschah, auf Konfektionieren von Heeresbedarf (z. B. durch Anfertigung von Offizierswesten, Regenmänteln, Litewken usw.) umgestellt hatte. Der Verkehr mit den alten Lieferanten war unterbrochen, der Verkehr mit der Kundschaft hörte ebenfalls nahezu auf, von der Versorgung des Hauptkonsumenten, der Heeresverwaltung, war er als Großhändler ausgeschlossen, und seine Funktionen, soweit sie damals überhaupt in Betracht kamen, wie Warenverteilung, Lagerhaltung usw., wurden von obrigkeitlichen Stellen oder der Produktion ausgeübt, der durch den direkten Verkehr mit den Behörden schon damals der Weg und die Möglichkeit zu einer Ausschaltung des Großhandels gewiesen wurden.

Erfreulicher war die bedeutende Stärkung der Verbandsbewegung, die die Kriegszeit mit sich brachte und auf die in diesem Zusammenhang kurz eingegangen werden soll. Die Monopolstellung aller Warenanbieter infolge der Warenknappheit und die Abhängigkeit von den Lieferanten ließen die Zusammenfassung auch der bisher noch nicht organisierten Großisten in einem Verband ratsam erscheinen. Die Ausrüster hatten sich zu einem großen Teil schon vor dem Kriege zusammengeschlossen. Aus dem Verband süddeutscher Baumwollwarenausrüster, Stuttgart, und der Berliner Vereinigung der Baumwollwarenausrüster entstand 1912 der Zentralverband der deutschen Baumwollwarenausrüster mit vier Landesverbänden (Norddeutschland, Westdeutschland, Süddeutschland und Elsaß), der in erster Linie die Interessen der Mitglieder gegenüber dem 1907 gegründeten straff organisierten Veredler-Kartell, dem Verband für Veredlungsanstalten für baumwollene Gewebe e. V. Leipzig, vertreten sollte [59]) und später im Kriege auch bei der Verteilung von Reichsware mit tätig war. Er umfaßte damals außer den ausrüstenden Großhändlern auch einige selbstausrüstende Webereien mit händlerischen Funktionen. Die infolgedessen in mancher Hinsicht auseinander laufenden Interessen der Mitglieder führten 1916 zur Gründung der „Großhandelsvereinigung für den Bezug von Rohgeweben“ in Berlin, die bei der späteren Überleitung in die Friedenswirtschaft dem Aus-

[59]) Vgl. Fonck, a. a. O., S. 38.

rüstungsgroßhandel die Zuteilung genügender Rohgewebekontingente sichern sollte. Die Druckwarengroßhändler schlossen sich im November 1914 gegenüber den Stoffdruckereien zu dem „Verband der Kattungroßisten" zusammen. Die Großhändler in Bunt- und Leinenwaren folgten im November 1917 mit der Gründung des Verbandes der Großhändler bunter Webstoffe und Leinenwaren, sodaß nunmehr sämtliche Zweige des Baumwollwarengroßhandels in Fachverbänden organisiert waren. Auf die Geschlossenheit der Organisationen hatte der Verteilungsmechanismus der Reichsware natürlich einen starken Einfluß, und viele große Baumwollwarenfirmen, die sich bis dahin ferngehalten hatten, schlossen sich nunmehr den Verbänden an, traten jedoch, was hier gleich erwähnt sei, sofort wieder aus, als im Jahre 1920 die Verteilung der Reichsware eingestellt wurde[60]). Wenn auch dadurch die Verbände in ihrer Stoßkraft nicht unbeträchtlich geschwächt wurden, so prägten sich immerhin die Erfolge der Verbandszusammenschlüsse der Kriegszeit auch in der folgenden Periode des Währungsverfalles deutlich aus.

2. Der Baumwollwarengroßhandel in der Inflationswirtschaft[61]).

Zur Zeit des Waffenstillstandes waren die Läger völlig leer, bis auf die vorhandenen Bestände an Papiergeweben, die aber nur noch unter großen Verlusten abgestoßen werden konnten oder überhaupt unverkäuflich wurden, da die Konsumenten mit baldiger Aufhebung der Blockade und dann einsetzender normaler Woll- und Baumwollwarenversorgung rechneten. Warenbeschaffung blieb also die erste Voraussetzung für eine Neubelebung des Baumwollwarengroßhandels und bildete das dringendste Problem nicht nur der auf den Waffenstillstand folgenden Übergangszeit, sondern auch der folgenden Jahre. Hierbei boten sich in der Hauptsache drei Möglichkeiten:

Die Verteilung der freiwerdenden Heeresbestände, eine den Großhandel vorerst besonders interessierende Frage wurde der Reichstextil A.-G. (Retag) übertragen, auf deren Veranlassung sich die verschiedenen Fachverbände des Baumwollwarengroßhandels sowie die Vereinigung deutscher Kleiderstoff-Großisten zu einer Verteilungsstelle zusammenschlossen, um die freiwerdende Ware — soweit sie bei der damaligen allgemeinen Desorganisation nicht gestohlen, verschoben und unter der Hand verschleudert wurde — an ihre Mitglieder und sonstige

---

60) Vgl. Fonck, a. a. O., S. 54ff., Israel, a. a. O., S. 20.

61) Vgl. S. 25 Anmerk. 50.

Bezugsberechtigte weiterzuleiten. Die schleppende, erst im Frühjahr 1919 richtig einsetzende Zuteilung der Ware, die ungeregelte Belieferung und die scharfen Konditionen (Vorausbezahlung) ließen in den Kreisen des Großhandels viele Klagen laut werden, und seine Hoffnungen, schon bald nach Abschluß des Waffenstillstandes mit größeren Warenmengen beliefert zu werden, wurden sehr enttäuscht.

Der Bezug aus dem neutralen Ausland blieb infolge Fortbestehens der feindlichen Blockade bis Juli 1919 und der als Valutaschutzmaßnahme gedachten deutschen Einfuhrdrosselung äußerst gering. Dagegen gelangten große Mengen von Textilwaren auf irregulärem Wege aus dem den deutschen Einfuhrbestimmungen nicht unterliegenden besetzten Rheinland auf den deutschen Markt. Elberfeld und Frankfurt waren die wichtigsten Aufnahmeplätze.

Vom Frühjahr 1919 ab trat der Bezug von den inländischen Webereien und Veredlungsanstalten wieder in den Vordergrund, die mit Ausnahme einer Anzahl hauptsächlich für den Heeresbedarf arbeitender „Höchstleistungsbetriebe" seit Dezember 1916 stillagen, jetzt aber ihre Produktion durch Zuteilung von Rohstoffen seitens der Reichswirtschaftsstelle für Baumwolle und durch Einfuhr aus dem Auslande allmählich in beschränktem Umfange wieder aufnehmen konnten. Ein Teil der Produktion wurde anfänglich von den Behörden für den Bekleidungsbedarf der entlassenen Soldaten und der minderbemittelten Bevölkerung beansprucht. Aber auch als späterhin die Produktion für den freien Handel anstieg, war sie von der Normalbeschäftigung noch weit entfernt [62]) und vermochte noch auf Jahre hinaus die trotz der hohen Preise anhaltend stürmische Warennachfrage nur unvollkommen zu befriedigen. Der Nachholungsbedarf der Kriegszeit, die Notwendigkeit der Wiederauffüllung der Lagervorräte und später der Anreiz zur Warenanhäufung durch die Inflation erklären das zur Genüge.

Lagen somit im Absatz keinerlei Probleme für den Webwarengroßhandel, so trat jetzt umsomehr die Monopolstellung der Webereien und Veredlungsanstalten, die sich schon während des Krieges vorbereitet hatte, in Erscheinung und veranlaßte für die Folge eine starke Verschiebung der Machtpositionen. Das kam vor allem in den außerordentlich verschärften Lieferungs- und Zah-

---

[62]) Die Beschäftigung der Baumwollindustrie betrug
Ende 1918 10 %
Mitte 1919 25 %
Ende 1919 30 %
Ende 1920 40 %
Ende 1921 60 % des Normalstandes.
Vgl. Bolten, a. a. O., S. 83.

lungsbedingungen der Industrie zum Ausdruck, die ganz bedeutende Ansprüche an die schon durch die kriegswirtschaftlichen Maßnahmen stark erschütterte Finanzkraft des Großhändlers stellten und große Unsicherheit in das Geschäft brachten. Die Fabrikanten, die allerdings auch ihrerseits abhängig waren von scharfen Bedingungen der ausländischen Rohstofflieferanten, verlangten regelmäßig sofortige Kasse nach Rechnungsempfang, teilweise sogar Anzahlung bei Auftragserteilung, und auch hinsichtlich der Lieferungstermine und Preise wurden sehr weitgehende Vorbehalte gemacht. Für den Großhandel stellten diese Bedingungen eine schwere Belastung dar, da sie eine ordnungsgemäße Kalkulation verhinderten und ihre Überwälzung auf die Abnehmerschaft auf Schwierigkeiten stieß. Auf die Dauer wurde es auch dem zahlungsfähigsten Großhändler unmöglich, gleichzeitig den Fabrikanten durch Barvorschüsse und die Kundschaft durch langfristige Kredite zu finanzieren, sodaß die Großhandelskonditionen Anfang 1920 bedeutend verschärft wurden. –

Ab Sommer 1919 machte der Abbau der Zwangswirtschaft langsame Fortschritte[63]. Gleichzeitig steigerte sich allmählich die Produktion der Baumwollindustrie und gelangte hinsichtlich der Warenqualität wieder auf Vorkriegsstand. Das zentrale Wirtschaftsproblem der folgenden Jahre wird der erst langsam, dann ab Sommer 1921 schneller und ab Sommer 1922 unaufhaltsam einsetzende Verfall der Währung. Der Konjunkturverlauf und damit übereinstimmend der ganze Geschäftsverkehr des Baumwollwarengroßhandels wurden ausschließlich abhängig von der Valutaentwicklung und ihren Auswirkungen auf die Warennachfrage im Inlande einerseits, auf die Konditionen der Webereien und Veredlungsanstalten andrerseits. Eine nur von kurzen Rückschlägen unterbrochene, dann aber umso stürmischer einsetzende Warennachfrage steigerte die Umsätze des Großhandels wertmäßig immer mehr, während sie mengenmäßig weit hinter der Vorkriegszeit zurückblieben. Die Markt- und Gewinntaktik (wenigstens des weitblickenden Unternehmers) änderte sich: Es hieß nicht mehr: großer und rascher Umsatz – kleiner Nutzen, sondern umgekehrt: kleiner Umsatz und relativ hoher Nutzen.

Unerwartete, vorübergehende Besserungen des Marktkurses im Frühjahr 1920 und im Winter 1921 äußerten sich für den Großhandel in schweren Absatzstockungen und großen Verlusten an den noch laufenden Abschlüssen, da viele Händler angesichts der unübersichtlichen Wirtschafts- und Währungsverhältnisse ihre Läger radikal räumten und zu Schleuderpreisen losschlugen[64].

---

[63]) Vgl. Israel, a. a. O., S. 30.
[64]) Vgl. hierzu Rothschild, a. a. O., S. 52 ff.

Andrerseits konnte der Großhandel seine Position gegenüber den Fabrikanten für kurze Zeit festigen. Die bisher ständig verschärften Konditionen der Weber und Veredler mit weitgehenden Vorbehalten hinsichtlich Lieferungstermin und Warenqualität, mit freibleibenden Preisen und Anzahlungen wurden unter dem Druck der drei Großhandelsverbände erheblich gelockert und in ihren Auswüchsen beseitigt. Vorübergehend wurde sogar dem Baumwollwarengroßhandel wieder ein kurzes Ziel von zunächst 14 Tagen, später 30 Tagen seitens der Rohweber und Drucker bewilligt [65]). Auch bemühten sich, allerdings erfolglos, die Ausrüster und die Buntwarengroßisten, mit den entsprechenden Fabrikantenverbänden zum Abschluß eines Exklusivvertrages zu gelangen [66]), wie er in loser Form damals zwischen Druckern und Kattungroßisten schon bestand. Gegenüber der Abnehmerschaft machte sich ebenfalls die Stärkung des Verbandsgedankens geltend: Die Fachverbände des Baumwollwarengroßhandels vereinbarten 1920 gemeinsame Richtlinien hinsichtlich der Konditionen, die den Mitgliedern die Annullierung fester Aufträge und Ermäßigung der vereinbarten Preise, wie sie damals vielfach von den Abnehmern verlangt wurden, verboten und das Ziel auf nicht länger als 30 Tage Schl. d. L. festlegten [67]). —

Das alles wurde allerdings sehr bald durch die weitere Entwicklung überholt. Mit der fortschreitenden unaufhaltsamen Entwertung der Mark begann eine riesige Inflationshausse, in der jede Ware Absatz fand, zumal das Angebot infolge des geringen Auslandsbezuges und der immer noch beschränkten Lieferungsmöglichkeiten der Weber das Vorkriegsangebot noch nicht erreichte. Der Handel riß sich um jedes Stück Ware, gleichgültig wie hoch der Einstandspreis war, denn man hatte die Gewißheit, einen noch höheren Verkaufspreis zu erzielen. Auch die wiederum verschärften Konditionen der Fabrikanten, insbesondere die Forderung nachträglicher Zuschläge auf den vereinbarten Preis wurden vom Großhändler bewilligt, um nur in den Besitz von Ware zu gelangen. Trotzdem konnte er die aufs Äußerste angespannte Nachfrage nicht im Entferntesten befriedigen. Vielfach mußte sogar gegenüber den Abnehmern zur Repartierung der erteilten Aufträge geschritten werden.

[65]) Vgl. Roth, a. a. O., S. 42.

[66]) Vgl. Fonck, a. a. O., S. 83 ff. Den Anlaß dazu gab wohl in erster Linie die Gründung des Süddeutschen Spinnweber-Verbandes GmbH., einer Verkaufsgesellschaft großer Rohwebereien mit direktem Verkauf an die Kundschaft des Baumwollwarengroßhandels, der daraufhin als Gegenmaßnahme über den S. S. V. den Boykott verhängte. Näheres über den S. S. V. siehe S. 62.

[67]) Unter Hinzutritt der Vereinigung deutscher Kleiderstoff-Großisten kam es 1921 zur sogenannten Einheitskondition. Demgegenüber machten sich auch beim Textileinzelhandel Zusammenschlußbestrebungen bemerkbar, die 1922 zur Gründung des Reichsbundes des Textileinzelhandels führten.

Infolge der bedrohlichen Währungsentwicklung nahm die Zwangswirtschaft wieder schärfere Formen an: einmal durch Drosselung der Einfuhr und ferner durch die wieder auflebende Preiswuchergesetzgebung, deren Vorschriften die Bewegungsfreiheit des regulären Großhandels erheblich einengten. Der Preiskalkulation durfte lediglich der Einstandspreis zuzüglich normaler Zuschläge, die sich aus den Unkosten, aus Kapitalzins, Unternehmerlohn und Risikoprämie zusammensetzten, zugrunde gelegt werden, ohne daß — etwa durch Kalkulation des Wiederbeschaffungspreises — der fortschreitenden Geldentwertung Rechnung getragen wurde. Durch das starre Festhalten der Gerichte an dem Prinzip „Mark gleich Mark" bis Ende des Jahres 1922 [68]) wurden ganz schematisch Gestehungs- und Verkaufspreis verglichen ohne Berücksichtigung der inzwischen völlig veränderten Kaufkraft des Geldes. So wurde dem Webwarengroßhandel die allerdings wegen der mangelhaften Belieferung an sich schon eingeschränkte Lagerhaltung noch mehr erschwert: das Lager entwertete sich ja bei fortschreitendem Währungsverfall immer mehr, da die zu niedrigerem als dem augenblicklichen Marktpreis eingekauften Waren nur zum Einstandspreis plus den zugebilligten Kostenaufschlägen verkauft werden sollten.

Infolge der rapiden Abwärtsbewegung der Mark mit stürmischen Hamsterkäufen in allen möglichen Sachwerten im Gefolge, machte sich der Vermögensschwund für den Großhändler schon sehr fühlbar. Während die Gefahr der Lagerentwertung verschwand, als er unter dem Druck einer wachsenden Anzahl wirtschaftlich befreiender Urteile [69]) eine der Lage sich anpassende Preispolitik verfolgen konnte, wurden die Außenstände zu einer umso größeren Verlustquelle: Die geschuldeten Fakturenbeträge wurden auf Grund von Konditionen bezahlt, die den veränderten Geldwertverhältnissen am Zahlungstage nicht mehr entsprachen, und besaßen zur Zeit der Bezahlung nur noch einen Teil des Wertes bei der Rechnungszustellung.

Hinzu kam, daß die Lieferanten, um sich gegen die katastrophale Geldentwertung zu sichern, ihre Konditionen 1923 zu einer Schärfe trieben, die fast die Möglichkeit ihrer Erfüllung ausschloß. Auf die Vorbehaltungsklauseln für Preissteigerungen [70]) folgte zunächst der Verkauf in „gebrochener Währung" (d. h. der Rohstoffanteil wurde in Auslandsvaluta, der Rest in Mark mit dem

---

[68]) Mit Urteil vom 19. 12. 1922 erkannte das Reichsgericht an, daß bei der Preisbemessung die gesamten Verhältnisse berücksichtigt werden müßten und daß die zwischen Ein- und Verkauf eintretende Geldentwertung einkalkuliert werden könnte. Vgl. Israel, a. a. O., S. 41.

[69]) Siehe Anmerkung 68.

[70]) Siehe S. 32.

Vorbehalt von Zuschlägen berechnet) und dann die ausschließliche und vollständige Devisenfakturierung, zu der zuerst die Rohweber, später die Buntweber und Drucker übergingen. Ähnlich verfuhren die Veredlungsanstalten, indem sie durch ihren Verband der Preisbemessung Grundziffern in Höhe der Vorkriegspreise zugrunde legten, die mit einer der Geldentwertung angepaßten, variablen Schlüsselzahl multipliziert wurden [71]). Ganz besonders schwerwiegend für den Webwarengroßhandel wurde jedoch die von den Webereien auf Grund der schwierigen Devisenbeschaffung im Jahre 1923 eingeführte Repartierungsklausel, durch die das Risiko der Markentwertung in der Zeit zwischen Bezahlung der Fakturen in Mark bis zur vollen Eindeckung des hierfür erforderlichen Devisenbetrages vollständig auf den Großhändler überwälzt wurde. Das führte zu ständigen Nachzahlungen, die den ursprünglich gezahlten Fakturenbetrag oft um ein Vielfaches übertrafen und noch andauerten, während die betreffende Ware vielleicht längst weiterverkauft und vom Abnehmer bezahlt war.

Der Großhandel, für den diese Konditionen nicht nur eine schwere Belastung der Betriebsmittel, sondern infolge der Unsicherheit und Unmöglichkeit, den endgültigen Einkaufspreis zu übersehen und in entsprechenden Verkaufspreisen zu überwälzen, auch eine außerordentliche Erschwerung der Geschäftsführung darstellte, suchte seinerseits durch dauernde Verschärfung der Konditionen die Abnehmerschaft zur Deckung dieser verlustbringenden Risiken heranzuziehen, wobei er natürlich auf erbitterten Widerstand stieß. Den beabsichtigten Erfolg konnte man allerdings in der fortgeschrittenen Inflation hiermit kaum noch erzielen. Auch als, spät genug, im Frühjahr 1923 der Baumwollwarengroßhandel ebenso wie der übrige Textilwarengroßhandel zur Preisstellung in Goldmark überging — mit Ausnahme einer ganzen Anzahl von Firmen, die die wahre Natur ihrer Scheingewinne immer noch verkannten und erst im Sommer nachfolgten, als es schon garkeine andere Möglichkeit mehr gab, — vermochte dies die außerordentlichen Entwertungsverluste, die in der Zeit zwischen Fakturierung und Bezahlung der Kundschaft, sowie zwischen Geldhereinnahme und Anlage in neuer Ware entstanden, nur unzureichend einzudämmen. Ebenso wenig verhinderten die Einkalkulierung hoher Risikoprämien und der Versuch, die Repartierungsklausel auf seine Abnehmer überzuwälzen, die gewaltigen Substanzverluste, die der Großhandel 1923 mehr noch als in den vorhergehenden Jahren erlitt. Es war eine Zeit, in der jede geschäftliche Tätigkeit, jeder Warenverkauf sinnlos wurden, da sie verlustbringend sein m u ß t e n. War auch in vieler Hinsicht die

[71]) Vgl. Jahresbericht der Industrie- und Handelskammer Berlin 1923, S. 31.

Entwicklung zwangsläufig, so liegt doch manche Schuld beim Großhandel selbst, der diese Momente nicht früh genug erkannte und sich in der inflatorischen Scheinkonjunktur jener Jahre vielfach „zu Tode verkaufte". Nur wenige weitschauende Unternehmer verzichteten in der Hausse der letzten Inflationsmonate bis zur Stabilisierung völlig auf den Verkauf, um sich wenigstens auf diese Weise gegen die Entwertungsverluste zu sichern.

3. Kapitel: Die verminderte Bedeutung der Großhandelsfunktionen in der Kriegs- und Inflationswirtschaft

Vergleicht man die idealen Funktionen des Großhandels mit den normalen Verhältnissen der Kriegs- und Inflationszeit, so bietet sich folgendes Ergebnis:

Bestimmungsfaktor für Quantität und Qualität der Produktion war in jener Zeit nicht eigentlich mehr der Großhandel, als vielmehr die hinter ihm stehende, in der Hauptsache inflatorisch bedingte Nachfrage der Konsumenten, die praktisch fast unbegrenzt war und aufnahmebereit für jede Ware blieb, die vom Webstuhl kam. Seine produktionsanregende Aufgabe als Modeberater und Modeschöpfer verlor wesentlich an Bedeutung, da sich schon seit der Kriegszeit als Folge der starken Warenknappheit eine weitgehende Uniformierung des Geschmacks hinsichtlich Qualitäten und Musterung herausgebildet hatte, was natürlich entsprechende Rückwirkungen auf die Art der Produktion zeitigte.

Für kontinuierliche Beschäftigung der Webereien und Veredlungsanstalten sorgte ebenfalls weniger der Großhandel als der anhaltend starke, teils stürmische Verbraucherbedarf, den der Großhandel lediglich als Einkaufsvermittler auf die Produktion übertrug. An die Stelle des Warenüberflusses und der Absatznot waren der Warenmangel und die Einkaufsnot getreten. Die fast ununterbrochene Warenhausse machte die Aufgabe der Konjunkturmilderung und -überbrückung nahezu sinnlos. Wo sich dennoch einmal infolge von Rückschlägen ihre Notwendigkeit erwies, wie z. B. bei dem Käuferstreik 1921, zeigte es sich, daß der Großhandel nicht mehr in der Lage war, sie zu erfüllen. Die vom Konsumenten ausgehende, einige Monate anhaltende Absatzkrise wurde nämlich nicht gemildert, sondern noch verschärft. Es trat nicht nur eine völlige Stockung in der Auftragserteilung an die Fabrikanten ein, sondern der Großhandel versuchte auch mit allen Mitteln und teilweise erfolgreich, von den großen, laufenden Abschlüssen loszukommen, die er in Erwartung anhaltender Hausse zu hohen Preisen getätigt hatte. —

Vorausschauende, längere Zeit umfassende Vordispositionen konnte er angesichts dieser Erfahrung schwerlich treffen, da die Konjunkturentwicklung ungewiß und man bei ihrer völligen Abhängigkeit von der Valutaentwicklung vor überraschenden Rückschlägen wenigstens in den ersten Inflationsjahren nicht sicher war.

Die kommerziellen Funktionen und besonders die Lagerhaltung, die der Großhandel der Industrie früher weitgehend abnahm, konnten wegen starker Minderung der Absatzrisiken, sowohl des Konjunktur- und Moderisikos, als auch des Kreditrisikos, von der Weberei selbst übernommen werden.

Das Absatzproblem war schon während des Krieges weitgehend ausgeschaltet. Nicht nur die Absatzformen veränderten sich grundlegend, indem an Stelle der Bearbeitung der Kundschaft durch Reisende und Vertreter der Lagerverkauf trat, auch besondere Absatzträger und Absatzsucher schienen überflüssig zu werden. Der Weber sah seine Ware von allen Seiten umworben und glaubte vielfach schon damals auf seinen alten Abnehmer, den Baumwollwarengroßhändler, verzichten zu können.

Auch für die Finanzierung der Produktionstätigkeit durch prompte bzw. sofortige Bezahlung war der Fabrikant nicht unbedingt auf den Großhandel angewiesen, da in der Inflation alle Abnehmer diese Bedingung erfüllten, sofern sie nur Ware bekamen.

Ebenso büßten die Aufgaben des Webwarengroßhandels gegenüber seiner Kundschaft ihre ehemalige Bedeutung ein.

Große Warenläger haben infolge der Schwierigkeit der Warenbeschaffung und der gewaltig gesteigerten Umschlagsgeschwindigkeit weder die Kriegs- noch die Inflationszeit gekannt. Aber auch, soweit die Möglichkeit dazu noch gegeben war, bildete die Vorratshaltung in größerem Umfange nicht mehr das Reservat des Großhandels: auch die Abnehmer bedurften ja dazu keines großen Eigenkapitals mehr, sondern liehen sich die nötigen Gelder ohne Gefahr. Als die Inflationshausse ihrem Höhepunkt zustrebte, spielte die Lagerhaltung fast garkeine Rolle mehr. Entsprechend trat auch die Tätigkeit als Engros-Sortimenter in den Hintergrund, da die Abnehmer jedes Warenangebot, ganz gleich von wem es kam, aufnahmen und sich zudem — wie schon erwähnt — eine merkliche Uniformierung der Produktion entwickelt hatte.

Kreditgewährung an die Abnehmerschaft kam mit fortschreitender Geldentwertung immer weniger in Frage. An ihre Stelle trat infolge der Währungsunsicherheit Barzahlung oder Vorausbezahlung der Kundschaft. Von Preisausgleich endlich konnte ebenfalls keine Rede mehr sein. Der Händler vermochte keine selbständige Preispolitik mehr zu verfolgen, sondern wurde

völlig abhängig von der Valutaentwicklung, die zugleich den allein maßgebenden und ausschlaggebenden Faktor bei der Preisbildung darstellte.

Es zeigt sich also, daß, wenn man sich die normalen Großhandelsfunktionen vergegenwärtigt, ein großer Teil davon in der Inflationswirtschaft keinen Platz mehr hatte, zumindest an Bedeutung stark verlor. Da der Webwarengroßhandel damals weder seinen Lieferanten noch den Abnehmern besondere Vorteile bot, trat seine Tätigkeit in ihrer Bedeutung für beide stark zurück; seine Funktionen erschienen überflüssig, und er wurde vielfach als ein entbehrliches, lediglich preiserhöhendes Zwischenglied angesehen, dessen man, von der Scheinkonjunktur umnebelt, auch für die Zukunft entraten zu können glaubte. Vor allem seitens der Lieferanten, aber auch seitens der Abnehmer machten sich also schon damals in sehr starkem Ausmaße die ersten — und erfolgreichen — Bestrebungen bemerkbar, die auf Umgehung und Ausschaltung des Baumwollwarengroßhandels abzielten[72]). Dadurch mußte seine Stellung zwangsläufig erschüttert werden. —

III. Abschnitt

Der Niedergang des Baumwollwarengroßhandels in der Festwährungswirtschaft

1. Kapitel: Die Gründe für die absteigende Entwicklung

1. Der Kapitalschwund.

Diese Entwicklungstendenzen wurden auch in der nach der Stabilisierung der Mark einsetzenden Periode der Festwährungswirtschaft nicht mehr rückläufig gemacht, sondern im Gegenteil noch verstärkt. Zwar war mit Rückkehr zu normalen Grundlagen des Wirtschaftslebens an sich wieder Raum gegeben für eine Übernahme der typischen Großhandelsfunktionen, aber der Großhandel war vielfach garnicht mehr in der Lage, sie noch in dem Umfange zu erfüllen, der ihn für Abnehmer und Lieferanten unentbehrlich machte. Als unvermeidliche Folge der Verhältnisse in der Inflation waren seine Kapitalkraft und Leistungsfähigkeit ganz gewaltig ge-

[72]) Die Einzelheiten sollen der Übersichtlichkeit halber später in anderem Zusammenhange behandelt werden.

schwächt, und es gelang auch, trotz aller Anstrengungen, aus mehreren Gründen später nicht, sie in dem ehemaligen Umfange wiederherzustellen.

Der Zentralverband des deutschen Großhandels veranschlagte 1925 die Kapitalverluste des Großhandels auf 50 bis 90 Prozent gegenüber der Vorkriegszeit [73]). Nur wenige Firmen arbeiten noch mit demselben Kapital wie vor dem Kriege. Dieser Kapitalschwund rief nach der Umstellung auf Goldmark beim Baumwollwarengroßhandel eine besonders große und überraschende Ernüchterung hervor und machte sich umso fühlbarer bemerkbar, als der Großhandel ganz überwiegend mit flüssigem Kapital arbeitet und zur Erfüllung seiner Aufgaben erheblicher eigener Mittel bedarf. Auch der Bankkredit, den der Webwarengroßhandel früher in starkem Maße in Anspruch genommen hatte, stand infolge veränderter Kreditpolitik der Banken nur noch in wesentlich verringertem Umfange zur Verfügung. So rückten, während bisher Warenbeschaffung und Sicherung vor Geldentwertung die Zentralprobleme waren, in der Folgezeit neben dem Absatzproblem die Kapital- und Kreditnot in den Vordergrund, die den Baumwollwarenhändler in seiner Finanzgebarung beträchtlich beengte.

2. Die ungünstige allgemeine Geschäftsentwicklung.

Hierzu traten in der Zeit nach der Stabilisierung noch eine Reihe weiterer Momente, welche die so dringend notwendige Kapitalbildung hemmten, bzw. die Vermögenszerstörung förderten. Sie hängen zu einem großen Teile mit den allgemeinen Wirtschaftsverhältnissen zusammen.

Im Rahmen der mit kurzen Unterbrechungen ungünstigen Entwicklung der allgemeinen Konjunktur in der Folgezeit bzw. unter ihrem rapiden Absinken besonders in den letzten Jahren hatte der Baumwollwarengroßhandel schwer zu leiden. Für ihn als Glied der besonders konjunkturempfindlichen Textilwirtschaft wurden Unübersichtlichkeit des Marktes, Unsicherheit und dauernde Schrumpfung des Geschäfts in nie gewesenem Ausmaße Symptom.

Die folgende kurze Übersicht über den Geschäftsverlauf des Baumwollwarengroßhandels in den letzten sieben Jahren, der so weitgehend abhängig war von den allgemein wirtschaftlichen Erscheinungen, soll das veranschaulichen und zwar ebenso wie in den vorhergehenden Darstellungen der Kriegs- und Inflationszeit weniger durch chronologische Vollständigkeit in den Einzelheiten als durch Aufzeigen der allgemeinen Entwicklungslinie.

[73]) Vgl. L a m p e, Artikel „Großhandel" H. d. St. Erg. Bd. S. 339.

Eine so gewaltige wirtschaftliche Umwälzung, wie sie die Inflation mit sich gebracht, konnte für die Entwicklung des Wirtschaftslebens nach der Stabilisierung nicht ohne weitreichende Folgen bleiben. Dauernde Konjunkturschwankungen und Absatzkrisen in der Textilwirtschaft sind das Merkmal der nächsten Jahre.

Während nach Einführung der Rentenmark die erwartete Preissenkung und Deflationsstockung zunächst infolge der Geldvermehrung und des vorerst geringen Zutrauens zur neuen Währung ausblieb, setzte die Krise im April 1924 auf Grund der rigorosen Kreditpolitik mit voller Stärke ein. Der Webwarengroßhandel geriet infolge des stockenden Absatzes und Geldeingangs in eine schwierige Lage, da er zu Jahresanfang unter dem Eindruck des günstigen Geschäfts bedeutende Rohwaren-Aufträge erteilt hatte, die er jetzt zu annullieren oder wenigstens durch Verlängerung der Lieferfristen hinauszuschieben suchte. Die Situation wurde noch verschärft dadurch, daß die Webereien, vor allem die Buntwebereien, gleichzeitig auch in großem Umfange Aufträge des Einzelhandels hereingenommen hatten, sodaß für den Großhandel erhebliche Teile seiner alten Kundschaft ausfielen und er versuchen mußte, sich durch Abstoßung der Lagerbestände zu Verlustpreisen wieder flottzumachen. Im September belebte sich dann mit dem Einsetzen der Nachfrage für den Winterbedarf trotz fallender Baumwollpreise und trotz des relativ hohen Preisniveaus das Geschäft, wobei auch die Erwartung besserer wirtschaftlicher Verhältnisse infolge Inkrafttretens des Dawesplans mitsprach.

Die Webereien und Veredlungsanstalten hielten an den scharfen Zahlungs- und Lieferungsbedingungen, auch an der Devisenfakturierung, vorläufig fest und bewilligten erst Ende des Jahres wieder ein kurzes Ziel von 30 Tagen, während der Großhandel seinen Abnehmern, obwohl er mit außerordentlich teuren Bankkrediten (bis 24 %) arbeiten mußte, schon im ersten Vierteljahr ein Ziel von 30 Tagen, Ende des Jahres von 60 Tagen einräumen mußte, sodaß er seinen Lieferanten gegenüber nicht nur mit Abnahme der Ware, sondern auch mit Regulierung in Verzug kam. Hinsichtlich der Abnehmerkonditionen herrschte ein äußerst scharfer Wettbewerb der Großhändler, indem die kapitalkräftigeren durch günstigere Bedingungen die schwächeren auszuschalten suchten. Das unnatürliche Verhältnis, daß der Käufer sich um die Gunst des Verkäufers bewarb, kehrte sich wieder um: Der Verkäufer mußte wieder aktiv eingreifen und sich mit der Kundenwerbung intensiv befassen [74]).

---

[74]) Vgl. Jahresbericht der Industrie- und Handelskammer, Berlin 1924, S. 164.

Die Kapital- und Kreditnot hielt in unveränderter Stärke auch 1925 an. Zwar wurde nach einer Versteifung des Geschäfts Anfang des Jahres der Baumwollwarenabsatz vom Frühling ab durch die Witterung begünstigt, und die zusammengeschrumpften Umsätze stiegen erheblich an, im Oktober jedoch kam es nach dieser vorübergehenden Haussestimmung infolge der Kaufzurückhaltung der Abnehmer wiederum zu einer schweren, krisenhaften Absatzstockung. Der in den ersten Quartalen erzielte Gewinn wurde zudem größtenteils wieder aufgezehrt durch die infolge des Baumwollpreissturzes eingetretene Senkung der Gewebepreise. Wenn sich diese auch für den Großhandel erst bei neuen Abschlüssen für das zweite Quartal 1926 auswirken konnte, so hatte sie doch zur Folge, daß die Großhändler ihr vielfach schon jetzt Rechnung tragen mußten und infolgedessen erhebliche Einbußen an den Lagervorräten und den teuren Rohwarenabschlüssen erlitten [75]).

Dazu wurde der Zahlungseingang immer schleppender. Während die Rohweber nur ein Höchstziel von 30 Tagen, die Veredler ein solches von 14 Tagen bewilligten, hielt die Kundschaft des Großhandels auch das sechzigtägige Ziel nicht ein, sondern zahlte erst viel später, womöglich noch in Wechseln, für die vielfach nicht einmal die Diskontspesen erstattet wurden.

Große Verluste aus den zahlreichen Zahlungsstockungen und Zusammenbrüchen in der Konfektion und im Einzelhandel erzeugten eine Atmosphäre des Mißtrauens; die Situation wurde bei vielen Abnehmern undurchsichtig, und nicht nur Inflationsfirmen, um die es sich in großem Umfang handelte, sondern auch alte, angesehene Firmen der Branche gerieten in eine bedenkliche Lage.

Alle Faktoren, die in ihrem Zusammenwirken die Lage des Baumwollwarengroßhandels in der zweiten Hälfte des Jahres 1925 so ungünstig gestaltet hatten, übten auch im folgenden Jahre in noch weit verstärktem Maße ihren unheilvollen Einfluß aus.

Besonders schwierig und verlustbringend gestaltete sich das Baumwollwarengeschäft infolge des gewaltigen Baumwollpreissturzes [76]) und des stark geminderten Gewebeverbrauchs. Die Industrie konnte selbst die stark eingeschränkte Produktion nicht unterbringen und war genötigt, große Warenmengen auf Lager zu nehmen. Der Großhandelsabsatz verringerte sich von Monat zu Monat, da sowohl die Bekleidungsindustrie als auch der Textileinzelhandel angesichts ihrer gefüllten Läger die denkbar schärfste

[75]) Vgl. Jahresbericht der Industrie- und Handelskammer Berlin 1925, S. 222.

[76]) Von 21 ½ cts Anfang 1926 auf 13 ½ cts Anfang Dezember (Bremer Middling Notierung).

Zurückhaltung übten und größere Abschlüsse nur gegen Verlustpreise tätigten. Der Markt wurde völlig zerstört durch das unaufhörliche Angebot großer Posten unter Herstellungspreisen, die von insolvent gewordenen Firmen abgestoßen wurden. Die Flut von Zusammenbrüchen alter und junger Firmen verstärkte sich in den ersten Monaten zu einem bis heute nicht wieder erreichten Ausmaße [77]) und ließ die Unsicherheit über die Kreditwürdigkeit der Abnehmer fortbestehen. Die unpünktliche Regulierung fälliger Beträge, das Hinausschieben oder die gänzliche Verweigerung der Abnahme fest verkaufter Ware seitens der Kundschaft, aber auch der Abnahmeverzug seitens des Großhandels, der sich in schlechten Zeiten auch später immer wieder gegenüber den Fabrikanten bemerkbar macht, — all dies ergab das Bild einer Krisis größten Umfanges. Die Industrie brach in ihrer Bedrängnis in die Kreise der Abnehmer des Großhandels ein und verschlimmerte die Lage noch.

Vom August an trat, gefördert durch die konjunkturellen Auswirkungen des englischen Bergarbeiterstreiks, eine allmähliche Besserung ein. Die Zahlungseinstellungen verringerten sich bedeutend, die Regulierungen wurden pünktlicher. Da die Abnehmer aber auch weiterhin finanziell stark geschwächt blieben und das fortgesetzte Sinken der Baumwollpreise Besorgnis vor weiteren Verlusten hervorrief, hielten sie an dem System kurzfristiger Einkäufe geringen Umfangs bis Ende des Jahres fest. Immerhin waren die Läger des Großhandels gegen Jahresende einigermaßen auf den normalen Umfang zurückgegangen, und den Webereien und Ausrüstungsanstalten konnten für das erste Quartal 1927 wieder genügend Aufträge erteilt werden. Die gewaltigen Verluste des ersten Halbjahres wurden dadurch jedoch keineswegs kompensiert: Mehr noch als im Jahre 1925 hat der Baumwollwarengroßhandel 1926 eine empfindliche Schwächung seiner Kapitalkraft erlitten.

Die Besserung der allgemeinen Wirtschaftslage im Jahre 1927 und die sich infolgedessen nach und nach steigernde Kaufkraft der breiten Masse bildeten die Grundlagen für eine bis zum Herbst kräftig ansteigende Konjunktur, die sich auch im Baumwollwarengeschäft widerspiegelte. Die Nachfrage nach Baumwollwaren setzte wegen der allgemein kleinen Läger beim Groß- und Einzelhandel schon gleich zu Jahresbeginn sehr lebhaft ein. Sie steigerte sich noch, als im April Nachrichten über eine Mindernte an Baumwolle den Anlaß zu einer starken Hausse der Baumwollpreise gab, die sich im Laufe eines halben Jahres fast verdoppelten. Die Weber nützten die günstige Konjunktur aus und erhöhten sowohl die Preise wie ihre Produktion fortgesetzt. Der

[77]) Siehe die Tabelle I im Anhang.

Großhandel, die Bekleidungsindustrie und der Textileinzelhandel gaben erhebliche Aufträge, die im September ihren Höhepunkt erreichten, wobei allerdings beim Großhandel darüber geklagt wurde, daß die Gewinne den gesteigerten Umsätzen nicht entsprächen [78]). Das Ziel bei den Rohwebern war inzwischen auf 60 Tage, bei den Buntwebern auf 90 Tage verlängert. ebenso erhielt die Großhandelskundschaft nunmehr ein Ziel von 90 Tagen. Der Geldeingang war ebenfalls bis dahin zufriedenstellend, und die Insolvenzen im Textilwarenhandel und der Konfektion erreichten den Tiefpunkt der letzten sieben Jahre. —

Zum ersten Mal seit der Inflationszeit machte sich damit eine Periode der Erholung und beginnender Kapitalauffüllung bemerkbar. Im letzten Vierteljahr trat aber wieder ein Rückschlag ein. Die spekulativen Warenanhäufungen und Vorbestellungen, zu denen der steigende Baumwollpreis angereizt hatte, erwiesen sich jetzt als Überdispositionen des Großhandels. Die etwas gesunkenen Baumwollpreise, namentlich aber die Ungunst der Witterung, hatten Unterpreisverkäufe zur Folge, und die Kundschaft suchte sich vielfach von den Verträgen zu befreien oder eine Hinausschiebung der Lieferzeiten zu erreichen.

Im Jahre 1928 schlug auch die allgemeine Konjunkturbewegung in Stillstand und mäßigen Rückgang um, und die Kaufkraft zeigte den gestiegenen Preisen gegenüber eine gewisse Ermattung. Die gesamte Textilwirtschaft und mit ihr der Baumwollwarengroßhandel hatten jedoch ein besonders schweres und verlustreiches Jahr zu verzeichnen und im Vergleich zu 1927 über stark verminderte Umsätze und noch geringeren Gewinn zu klagen.

Der Einzelhandel ging infolge der dringenden Warennachfrage 1927 mit reichlichen Beständen ins neue Jahr, denen im weiteren Verlauf keine entsprechende Nachfrage gegenüberstand. Seine große Vorsicht in neuen Abschlüssen veranlaßte auch den Großhandel zur Einschränkung seiner Dispositionen, die sich aber trotzdem später vielfach als zu reichlich erwiesen. Der erbitterte Konkurrenzkampf der beiden größten deutschen Baumwollkonzerne Hammersen und Dierig, die erst 1929 zu einer Verständigung gelangten, erschütterte den Baumwollwarenmarkt durch dauernde Preisunterbietungen, unter denen besonders der Großhandel während des ganzen Jahres schwer zu leiden hatte. Erschwerend trat die anormale Witterung im Frühjahr und Herbst hinzu, die einmal den Absatz der Sommerartikel, sodann den der Winterware stark beschränkte, wodurch der Großhandel, der mit seinen äußerst frühzeitigen Dispositionen ein großes Risiko auf sich genommen hatte, — die Baumwollweber waren zu Jahresbeginn noch

[78]) Vgl. Jahresbericht der Industrie- und Handelskammer Berlin 1927, S. 152.

reichlich mit Aufträgen versehen und beanspruchten lange Lieferfristen — schwer getroffen wurde. Andrerseits steigerten, worüber allerseits geklagt wurde [79], die aus dem Rückgang der Nachfrage sich ergebenden kleinen und zerstückelten Aufträge in allen Lieferkreisen die Gestehungskosten. Der scharfe Wettbewerb untereinander, der Direktverkauf mancher Webereien und die durch Zusammenschluß gesteigerte Einkaufskraft zahlreicher Einzelhandelsgruppen machten es aber unmöglich, sie durch entsprechend höhere Verkaufspreise wieder hereinzuholen.

Zahlreiche Zusammenbrüche im Textilhandel und in der Bekleidungsindustrie, deren Anteil an den Gesamtinsolvenzen dauernd zunahm [80], kennzeichnen weiterhin die schwierige Lage des Baumwollwarenhandels.

In der Annahme, wenigstens keine weitere Verschlechterung der Lage befürchten zu müssen, und in der Hoffnung, daß bei der bisher verhältnismäßig stabilen Konsumnachfrage Einzelhandel und Konfektion allmählich wieder zu einer Auffüllung der Läger schreiten würden, ging der Großhandel ins nächste Jahr. Seine Erwartungen schienen sich insoweit zu erfüllen, als im ersten Vierteljahr 1929 bei normalen Umsätzen im Einzelhandel sich der Preisdruck nicht verschärfte und die Umsätze des Großhandels den Stand der Vormonate einigermaßen beibehielten. Aber die für ein Wiederanziehen der Textilkonjunktur dringend notwendige Belebung von außen her ließ auf sich warten. Im Gegenteil, die weitere Zuspitzung der allgemeinen Wirtschaftslage, insbesondere des Kreditmarktes, wirkte sich auch weiterhin in einer außerordentlichen Zurückhaltung des Handels hinsichtlich seiner Bestellungen aus, die auch von der Rohstoffseite her keinerlei Anreiz erhielten. Die allgemeinen wirtschaftlichen Hemmungen, aber auch die ungünstigen Witterungsverhältnisse bewirkten eine dauernde Verschlechterung der Absatzmöglichkeiten. Die bis weit in den Frühling anhaltende, strenge Kälte führte zwar zu einer Räumung der Winterartikel, verzögerte und beeinträchtigte jedoch das Frühjahrsgeschäft und die Dispositionen für den Sommer. Durch die dann einsetzende, ungewöhnlich warme und milde Witterung bis in den Oktober hinein wurde wiederum der Ankauf für den Winter weit hinausgeschoben. Nur äußerst zögernd und vorsichtig gaben Einzelhandel und Konfektion ihre Aufträge, und ebenso vorsichtig und zögernd disponierte der Großhandel bei den Webereien. Ab April/Mai sanken deshalb die Umsätze rapide und erreichten trotz einer kurzen, saisonmäßigen Belebung ihren tiefsten Stand seit 1926. Lediglich in Druckwaren,

---

[79]) Vgl. Jahresbericht der Industrie- und Handelskammer Berlin 1928, S. 116.

[80]) Vgl. die Tabelle I im Anhang.

die von der Mode sehr begünstigt wurden und die auch für die sonst ständig sich verstärkenden Ausschaltungsbestrebungen der Fakrikanten und Abnehmer kein dankbares Objekt abgaben, lag das Geschäft günstiger.

Die Zahlungsweise und Bonität der Kundschaft verschlechterte sich ebenfalls erschreckend. Der Einzelhandel räumte, um die geschwächte Kaufkraft und Kauflust der Konsumenten anzuregen, mehr als bisher Teilzahlungen ein. In zunehmendem Maße wurden auch kleine Beträge nach langer, zinsloser Zielüberschreitung in Wechseln reguliert. Dazu traten die vielen sich häufenden Zusammenbrüche, die dem Großhandel nicht nur große Verluste brachten, sondern auch seine Umsätze mehr und mehr einschnürten und die Beurteilung der übrigen Kundschaft hinsichtlich ihrer Kreditwürdigkeit erschwerten.

Schon das Jahr 1929 hat man als ein Krisenjahr der Textilwirtschaft bezeichnet, und doch war es nur ein Vorspiel im Vergleich zu den beiden nächsten Jahren.

Die schweren, krisenhaften Störungserscheinungen der Weltwirtschaft waren auch für den Großhandel von verhängnisvollster Wirkung. Die ungünstige Lage des Baumwollwarengeschäfts erfuhr eine weitere, ständige Verschlechterung. Die Baumwollpreise stürzten 1930 um 40 Prozent, im Jahre 1931 abermals um 50 Prozent von ihrem Jahreshöchststand. Die Preise für Rohgewebe begannen ebenfalls rasch und fast die ganzen zwei Jahre hindurch zu sinken. Der Baumwollwarengroßhandel erlitt riesige Verluste an seinen Warenvorräten. Jeder Einkauf erwies sich schon kurz nachher als zu teuer, weil inzwischen die Preise wiederum niedriger geworden waren. Der Preisabbau wirkte sich auch nicht in einem vermehrten Absatz aus, da bei der Abnehmerschaft eine allgemeine Unsicherheit bezüglich der weiteren Entwicklung Platz griff. Nur kurzfristig wurde der dringendste Bedarf in kleinsten Mengen gedeckt. Nennenswerte Aufträge zur späteren Lieferung wurden nicht erteilt, und trotz mehrfacher Preissenkungen konnte ein größerer Kaufanreiz nicht geschaffen werden. Der Großhandel mußte sich mit seinen Dispositionen bei den Fabrikanten dieser Sachlage anpassen und bestellte nur das Nötigste. Andrerseits mußten, um die Umsätze nicht noch weiter abgleiten zu lassen und den kurzfristigen Abnehmerbedarf sofort befriedigen zu können, genügend große Läger unterhalten werden, deren konjunkturmäßige Entwertung das Geschäftsergebnis weiter beeinträchtigte. Bezeichnend für die Lage im Baumwollwarengeschäft ist, daß auch das straff organisierte Veredler-Kartell 1930 die Waffen strecken mußte. Die Preiskonvention konnte nicht

mehr aufrecht erhalten werden, und ein großer Teil der festgesetzten Mindestpreise wurde freigegeben [81]).

Bis Ende des Jahres 1931 hatten sich die Auswirkungen der Wirtschaftskrise nicht gemildert sondern eher noch verstärkt. Intensiver als je zuvor wurden die Anstrengungen auf Werbung der Käufer. Für die Hereinholung auch der kleinsten Aufträge wurde eine gesteigerte Reisetätigkeit entwickelt. Trotzdem sanken die Umsätze auch weiterhin beträchtlich, allerdings hauptsächlich wertmäßig, während sie mengenmäßig nicht viel unter das Minimum herunter konnten, das sie bereits im vorhergehenden Jahre erreicht hatten, da der herabgeschraubte Bedarf der Abnehmer an Baumwollwaren eine weitere Einschränkung kaum noch vertrug. Auch in diesen Jahren schnitt das Druckwarengeschäft verhältnismäßig noch mit am günstigsten ab.

Mit Gewinn dürfte in den letzten beiden Jahren wohl kaum ein Baumwollwarengroßhandelsbetrieb gearbeitet haben, die meisten eher mit beträchtlichem Verlust, woran nicht zuletzt die zahlreichen und bedeutenden Zahlungseinstellungen in Einzelhandel und Bekleidungsindustrie Schuld trugen, die im letzten Jahre ihren Höhepunkt erreichten und oft auch die für die Kreditgewährung geleisteten Sicherheiten illusorisch werden ließen.

3. Die Debitorenverluste.

Die Debitorenverluste und die Schwankungen des Rohstoffmarktes gehören mit den Inflationsverlusten und der ungünstigen allgemeinen Wirtschaftslage nach der Stabilisierung zu den Hauptursachen der geschwächten Widerstandskraft des Baumwollwarengroßhandels, und ihre Bewegungen sollen als wichtiges Merkmal des Geschäftsverlaufs noch einer kurzen gesonderten Betrachtung unterzogen werden.

Die tabellarische Übersicht auf Seite I im Anhang, die unter Zugrundelegung der monatlichen amtlichen statistischen Nachweise über Konkurse und Vergleichsverfahren in der Zeitschrift „Wirtschaft und Statistik" zusammengestellt wurde, gibt ein anschauliches Bild von der Entwicklung der Insolvenzen in der Bekleidungsindustrie sowie im Handel mit Textilwaren und Bekleidung, also den Geschäftszweigen, zu denen auch die Abnehmer des Baumwollwarengroßhandels hauptsächlich gehören und die deshalb auch zweckmäßigerweise in einer Spalte zusammengefaßt wurden. Da die Gliederung der Insolvenzen nach den einzelnen Wirtschaftszweigen erst im Jahre 1926 durchgeführt wurde [82]),

[81]) Vgl. Jahresbericht der Industrie- und Handelskammer Berlin 1930, S. 125.

[82]) Einige weitere, später durchgeführte Verfeinerungen bleiben zwecks besserer Vergleichsmöglichkeit außer Betracht.

müssen für die vorhergehenden Jahre die entsprechenden Ziffern für den Warenhandel im allgemeinen genügen, um einen oberflächlichen Eindruck zu geben.

Wie aus der Tabelle ersichtlich ist, hatte der Webwarengroßhandel im Rahmen der allgemeinen wirtschaftlichen Verhältnisse in den Jahren 1925 und 1926 sowie ab 1930 außergewöhnlich hohe Verluste zu verzeichnen. Von den Zusammenbrüchen in den ersten Jahren nach der Stabilisierung vor allem in der „Reinigungskrise" 1925 wurden in erster Linie nach dem Kriege entstandene Firmen betroffen d. h. Betriebe, für die nur unter den außergewöhnlichen Verhältnissen der Inflationszeit eine Betätigungsmöglichkeit bestand. Dann aber wurden in steigendem Maße auch viele andere alte und angesehene Abnehmerfirmen mitgerissen, Häuser, die z. T. jahrzehntelang an der Spitze der Branche gestanden hatten und deren Widerstandskraft durch große Substanzverluste in der Inflation stark geschwächt war. Diese Inflationsnachwirkungen sind auch in den letzten Jahren bei den Insolvenzen der Kundschaft noch spürbar, die unter dem Druck der wirtschaftlichen Lage, aber auch der immer noch bestehenden Übersetzung der Branche [83]) stark anschwollen und sich für den Baumwollwarengroßhandel umso stärker auswirkten, als dieser ja gerade viele kleinere und schwächere Firmen beliefert und in seiner Kreditgewährung viel weitherziger sein muß als der Fabrikant. Das Kreditrisiko hat sich also sehr gesteigert und erfordert eine sorgfältige und ständige Überwachung der Abnehmerschaft.

Charakteristisch ist die überaus große Zahl der mangels Masse abgelehnten Konkurse, die für die einzelnen Geschäftszweige erstmals ab Mitte 1930 regelmäßig veröffentlicht wurden. Man darf wohl annehmen, daß dem im Jahre 1931 prozentual rückgängigen Anteil der Textilinsolvenzen an den gesamten Zahlungseinstellungen, der sich bis dahin von 1928 an beträchtlich gesteigert hatte, ein entsprechend großer prozentualer Zugang bei dieser Rubrik gegenüberstand. Im übrigen ergaben auch die Vernehmungen vor dem Enquêteausschuß eine gegenüber der Vorkriegszeit teilweise recht beträchtliche Steigerung der Ausfälle bei der Kundschaft des Textilgroßhandels [84]).

Außer bei den insolventen Abnehmern erlitt der Großhandel auch bei der noch zahlungsfähigen Kundschaft beträchtliche Einbußen und zwar durch Zinsverluste. Hiermit hatte der Großhandel allerdings auch schon vor dem Kriege zu rechnen gehabt.

---

[83]) Die Textilenquête 1924, deren Ergebnisse nur auszugsweise veröffentlicht wurden, nimmt an, daß bis zur Stabilisierung eine Verdoppelung der Handelsfirmen gegenüber der Vorkriegszeit stattgefunden hat. Vgl. Leipziger Wochenschrift für die Textilindustrie, Nr. 34 und 35.

[84]) Vgl. Enquêteband über den Textilgroßhandel, S. 30.

Die Verhältnisse hatten sich aber doch in mancherlei Beziehung verschlechtert. Einerseits mußte der Großhandel infolge geschwächter Kapitalkraft in großem Umfang teure Kredite aufnehmen, was er früher nicht nötig gehabt, andrerseits sind die finanziellen Anforderungen der verbliebenen Abnehmer gegenüber der Vorkriegszeit bedeutend gestiegen. Da Verzugszinsen, manchmal sogar Wechsel-spesen, seitens der Abnehmerschaft ebenso wenig gezahlt wurden wie früher, der Zinsfuß aber bedeutend höher war als vor dem Kriege, nahmen auch die Zinsverluste ein weit beträchtlicheres Ausmaß an.

4. Die Schwankungen des Rohstoffmarktes.

Die großen Preisschwankungen der Baumwolle machen schon in normalen Zeiten das Baumwollwarengeschäft sehr schwierig und risikenreich. Treten die Preisausschläge aber in einer derartigen Schärfe auf wie in der Nachkriegszeit, so bekommt das Geschäft — vor allem in Ausrüstungs-, weniger in Druckware — durch die für längere Zeit im Voraus getätigten Abschlüsse einen gefährlich spekulativen Charakter. Wie die Tabelle II im Anhang zeigt, waren die Schwankungserscheinungen des Baumwollpreises in der Zeit nach der Stabilisierung um mehr als 50 Prozent stärker als vor dem Kriege [85]).

Im Durchschnitt der letzten acht Jahre stellten sich hiernach die Unterschiede zwischen den niedrigsten und höchsten Jahrespreisen für amerikanische Middling Qualität in Bremen auf 62,6 Prozent (gerechnet vom Niedrig-preis); demgegenüber betrugen sie in dem Zeitraum der letzten acht Jahre vor dem Kriege nur 40,4 Prozent.

Von besonderer Bedeutung ist dabei, daß, während sich vor dem Kriege Hausse und Baisse ziemlich gleichmäßig abwechseln, die Preisentwicklung nach dem Kriege ganz ausgesprochen und stetig — mit Ausnahme des Aufschwungjahres 1927 — nach unten gerichtet ist. (Man vergleiche die beiden Preisreihen der Nachkriegszeit mit denen der Vorkriegszeit.) Das Gleiche gilt auch für die Rohgewebepreise [86]). Nicht nur bildete also die Größe der Preisschwankungen einen Unsicherheitsfaktor ersten Ranges, der die Geschäftspolitik des Großhandels maßgeblich beeinflussen mußte, auch ihre ständige Tendenz nach unten machte die früher immerhin bestehenden Gewinnmöglichkeiten während einer Hausse fast völlig illusorisch.

Sehr bemerkenswert ist, daß die Preisschwankungen der Rohgewebepreise sich bei weitem nicht in dem Maße verschärft

[85]) Vgl. hierzu auch Enquêteband über den Textilgroßhandel, S. 130.
[86]) Siehe Tabelle III im Anhang.

haben wie die der Rohbaumwolle. Die Preisunterschiede stellen sich in den letzten fünf Jahren vor dem Kriege (1909—1913) auf durchschnittlich 20,5 Prozent, wenn man die beiden anormalen Jahre 1907 und 1908 einbezieht, sogar auf 24,7 Prozent gegenüber durchschnittlich 23,2 Prozent seit der Stabilisierung. (Die Schwankungen der Großhandelspreise für ausgerüstete Ware waren noch etwas geringer und betrugen seit der Stabilisierung durchschnittlich 19,7 Prozent.) Diese relative Stabilität gegenüber dem Rohstoffpreis darf wohl ebenfalls als Merkmal für die geschwächte Position des Großhandels gewertet werden. Während vor dem Kriege die Weber dem bei Rohstoffpreisschwankungen vom Ausrüster auf sie ausgeübten Druck auch bei den Rohgewebepreisen recht bald und intensiv nachgeben mußten, ermöglichte ihnen die Verschiebung der Machtpositionen nach dem Kriege eine vermehrte Widerstandsfähigkeit gegen den Preisdruck, sodaß sie die Webmarge verhältnismäßig stabiler halten konnten als früher [87]).

Trotzdem verursachten die Preisschwankungen von 30, 40 und 50 Prozent in einzelnen Jahren, vor allem aber die ständige Abwärtsbewegung der Notierungen dem Großhandel ganz empfindliche Verluste, zumal die Unsicherheit des Rohstoffmarktes in verstärktem Maße auf die Abnehmerschaft übergriff und deren Dispositionen beeinflußte.

5. Die mangelnde Umstellungsfähigkeit.

Eine weitere Ursache für die Krise im Baumwollwarengroßhandel liegt in der mangelnden Umstellungsfähigkeit.

Nach der Stabilisierung stand gerade bei den großen und kräftigen Firmen ein Apparat zur Verfügung, der nicht mehr im rechten Verhältnis zu der gesunkenen Kapitalkraft stand. Begreiflicherweise ergab sich so das Bestreben, diesen Apparat, den man nur zum Teil abbauen konnte, unter allen Umständen zu beschäftigen. Die hierbei erzielten Umsätze standen aber in einem andern Verhältnis zum Eigenkapital als früher. Die zu ihrer Finanzierung erforderlichen teuren Bank- oder Lieferantenkredite schmälerten die ohnehin kärgliche Gewinnrate und ergaben infolge der hohen Zinssätze eine starke Vorbelastung, die in der Handelsspanne nicht wieder aufzuholen war, und das ehemals lukrative Ausrüstungsgeschäft mit seinem mehrere Monate dauernden Verarbeitungsprozeß völlig unrentabel machte. Auch sonst hat sich der Webwarengroßhandel z. T. einer Entwicklung nicht schnell genug angepaßt, die nicht nur durch zunehmenden Direktverkehr

[87]) Auch gewisse Verschiebungen in den Kostenfaktoren der Weber — Erhöhung des Anteils der Verarbeitungskosten am Produktwert — werden hierbei eine Rolle spielen.

zwischen Fabrikanten und Abnehmer gekennzeichnet ist, sondern auch durch veränderte Methoden bei der Warenbestellung und Lieferung, sowie durch den bedeutend rascheren Modewechsel, der in erster Linie wohl mit der Steigerung des allgemeinen Lebenstempos zusammenhängt und im Ausmaß seiner Auswirkung auch damit, daß immer breitere Schichten von städtischen Lebensgewohnheiten erfaßt werden. Viele Firmen sind in den vergangenen Jahren einfach deshalb zusammengebrochen, weil sie diese neue Zeit nicht verstanden und ihre Geschäftspolitik, vor allem die großzügigen Dispositionsgewohnheiten, oft aber auch den in Insolvenzberichten immer wieder beklagten übermäßigen personellen Verbrauch nicht genügend den gänzlich veränderten Verhältnissen angepaßt haben.

6. Der Rückgang des Baumwollwarenverbrauchs.

In enger Verbindung mit dem häufigeren Modewechsel und dem dadurch gesteigerten Moderisiko stehen grundlegende Konsumwandlungen, die neben der Bevorzugung bedruckter Stoffe und einer wachsenden Neigung zum Gebrauch feiner Waren einen erheblichen Rückgang des Baumwollwarenverbrauchs mit sich gebracht haben. Nicht nur infolge der verminderten Kaufkraft der Bevölkerung sind die baumwollenen Erzeugnisse im Absatz zurückgegangen [88]; vielmehr sind sie auch im Rahmen des noch immer bestehenden Textilbedarfs durch neue Stoffe, durch Fortschritte in der Verarbeitungstechnik anderer Faserstoffe, vor allem der Kunstseide, durch Änderung der Bekleidungsgewohnheiten und der geschmacklichen Bedarfsrichtung in der Gunst der Massen zurückgedrängt worden. Die Vorliebe der Verbraucher für leichtere, feinfädige Gewebe an Stelle der früheren kräftigen Stoffqualitäten, die zunehmende Nachfrage nach gewirkter Unterkleidung statt der früheren Wäsche aus gewebtem, festem Hemdentuch und schließlich der Minderverbrauch an Stoffen infolge einer generellen Senkung in bestimmten Gruppen des Textilbedarfs hatten einen fortschreitenden Umsatzrückgang speziell in glatten weißen Baumwollgeweben zur Folge. „Nach Berechnungen von fachkundiger Seite trug die Dame früher Unterkleidung, für die etwa 12 bis 13 Meter Baumwollstoff verbraucht wurden. Heute

---

[88]) Der Kauf von vollständigen Wäscheausstattungen ist heute eine relative Seltenheit und zwar nicht allein, weil der Kreis der zahlungsfähigen Verbraucher kleiner geworden ist, sondern auch weil der früher im Wäschefach nicht gekannte Modewechsel, die Anschaffung in größeren, für den Bedarf von Jahrzehnten berechneten Mengen erschwert. Die Anschaffungen erfolgen stückweise, wo früher dutzendweise gekauft wurde.

werden von der überwiegenden Mehrzahl der weiblichen Bevölkerung nicht mehr als 2 bis 3 Meter Stoff dafür verwendet, und die Unterkleidung besteht noch dazu vorwiegend nicht aus gewebter, sondern aus gewirkter Ware. Durch die Mode ist auch der Verbrauch an baumwollenen Futterstoffen für Damen- und Herrenkleidung zurückgegangen“ [89]). Auf anderen Gebieten des Bekleidungs- und Hausbedarfs ist allerdings der Konsum kaum geringer geworden [90]). Die Nachfrage nach Garnen und Geweben für technische Zwecke und für Sportkleidung verstärkte sich sogar, stellte jedoch keinen Ausgleich für den Absatzrückgang im ganzen dar.

Das statistische Jahrbuch für das deutsche Reich gibt über die jährliche Verarbeitung an Baumwolle folgende Daten:
Die Jahresverarbeitung an Rohbaumwolle und Baumwollabfällen

	in Tonnen	auf den Kopf der Bevölkerung kg
1911	436 928	6,70
1912	501 660	7,56
1913	486 156	7,23
1924	271 345	4,30
1925	367 716	5,90
1926	291 867	4,68
1927	446 778	7,14
1928	335 554	5,27
1929	341 759	5,34
1930	308 023	4,79

Danach betrug im Durchschnitt der letzten sieben Jahre der Baumwollverbrauch nur noch 5,35 Kilogramm pro Kopf der Bevölkerung gegenüber einer durchschnittlichen Vorkriegsmenge von 7,16 Kilogramm. Der starke Rückgang ist offensichtlich.

7. Die verminderte Leistungsfähigkeit.

Die Kräfte, die die krisenhaften Erscheinungen hervorrufen, steigerten sich in gegenseitiger Wechselwirkung. Sie wirkten nicht nur für den Augenblick sondern trugen nachhaltig seit Jahren zu einer Erschütterung der Großhandelsposition bei und führten zur teilweisen oder völligen Substanzaufzehrung. Dadurch wurde vor allem die Leistungsfähigkeit des Baumwollwarengroß-

[89]) Vgl. Textilwoche vom 14. 6. 1929.
[90]) Vgl. Frankfurter Zeitung vom 27. 6. 1929 (Abendblatt) Textilzeitung vom 31. 10. 1931.

handels in der Erfüllung seiner Aufgaben gegenüber den Lieferanten und Abnehmern beträchtlich herabgesetzt, soweit nicht überhaupt die Bedeutung der Funktionen selbst sich gewandelt und gegenüber früher nur noch einen verringerten Inhalt hat.

Während ehemals der Großhändler dem Weber frühzeitig die Aufträge gab für die ganze Saison, sodaß der Fabrikant auf Grund einer verhältnismäßig kleinen Zahl von Abschlüssen seinen Betrieb regelmäßig beschäftigen konnte, ist er heute in seiner Einkaufspolitik stark beengt. Als Lehre der schlechten Wirtschaftslage blieb eine zuweilen übergroße Vorsicht in den geschäftlichen Dispositionen, da in diesen „Krisenzeiten das Risiko für die Erteilung bedeutender Aufträge dem Zwischenhandel zu groß ist“ [91]) und man es keinem Kaufmann verübeln kann, wenn er bei ständigen rapiden Preisrückgängen das Risiko der Lagerhaltung möglichst von sich abzuwälzen sucht. Man fürchtete die Schwierigkeiten des Absatzes und der Regulierungen und suchte deshalb, um nicht selbst zu fallen, die eigenen Verpflichtungen an die Vorlieferanten tunlichst zu beschränken, die Vorratshaltung möglichst niedrig zu halten, feste Bestellungen der Kundschaft abzuwarten. Das hat vielleicht die Solidität gehoben, aber andrerseits dazu geführt, daß — worüber seitens der Webereiverbände seit Jahren immer wieder geklagt wird — der Industrie heute die großen, geschlossenen Aufträge des Großhandels fehlen, die die Voraussetzung bilden für einen gleichmäßigen, rationellen Produktionsgang. Statt dessen ist eine starke Zersplitterung in den Bestellungen eingetreten. Umfang und Dauer der Vordisposition sind zurückgegangen, und die Bedarfsdeckung „von der Hand in den Mund“ ist heute, durch die schlechte Konjunktur gefördert, auch bei einem Teil des Großhandels gang und gäbe. Die Produktion mußte sich zu kurzen Lieferfristen verstehen, war zur Überstürzung der Arbeit gezwungen und „hatte für 12 Bestellungen desselben Kunden 12 Briefe zu wechseln, wo man bei normaler Funktion und Lagerhaltung des Handels für eine Bestellung auf die gleiche Gesamtmenge einen Brief gewechselt hätte“ [92]). So muß der Fabrikant, während er früher einen großen Teil des Jahres hindurch überhaupt nicht an den Absatz sondern nur an die Erzeugung zu denken hatte, heute wohl oder übel vielfach auf Vorrat produzieren, vor allem in den Standard-Qualitäten, und einen Teil des Lagerrisikos, das ihm früher der Großhandel abgenommen hatte, selbst übernehmen.

Auch der Enquêteausschuß hat durchweg eine vorsichtigere Disposition gegenüber der Vorkriegszeit festgestellt [93]). Allerdings

[91]) Hierauf weist Weigert, a. a. O., S. 21 schon 1885 hin.

[92]) Vgl. Jahresbericht der Industrie- und Handelskammer Berlin 1926, a. a. O., S. 8.

[93]) Vgl. Enquêteband über den Textilgroßhandel, a. a. O., S. 34, 35, 42.

liegt die Ursache nicht allein beim Großhandel, sondern seine Lagerdisposition wird erschwert „durch den rascheren Modewechsel und durch das Verlangen der Kundschaft nach größerer Reichhaltigkeit des Sortiments . . ."

Die Aufgabe des Großhandels als Absatzwerber und Marktsucher hat sich in ihrer Bedeutung völlig gewandelt. Die Jahre nach dem Kriege sind nach zwei Richtungen anormal gewesen: Zunächst stand während einer bestimmten Zeitperiode überhaupt nur ein engbegrenzter Warenvorrat für die nahezu unbeschränkte Nachfrage zur Verfügung; nach der Inflation war das Verhältnis umgekehrt: die zur Verfügung stehenden Warenvorräte genügten, aber die Konsumkraft der Bevölkerung war erschreckend gesunken, sodaß es sich fragt, ob und in welchem Umfange eine Ausweitung des Absatzes überhaupt noch möglich ist.

Während der Baumwollwarengroßhandel vor dem Kriege die eingehenden Fakturen meist sofort in bar regulieren konnte, mußte er nach der Stabilisierung wegen der geschwächten Kapitaldecke, aber auch infolge Anspannung seiner Finanzkraft durch die enorm gestiegenen Preise für Baumwollwaren [94]) teilweise große und langfristige Lieferantenkredite in Anspruch nehmen. Obgleich gerade die Rohweberverbände durch ihre scharfen Zahlungsbedingungen bekannt sind, gingen doch viele Webereien, durch die Notzeit gezwungen, dazu über, manche ihrer alten Abnehmerfirmen, denen sie besonderes Vertrauen schenkten, über das offizielle Ziel von 60 Tagen, neuerdings 90 Tagen hinaus durch längere, bis zu sechs und acht Monate laufende Kredite finanziell zu stützen, um den Absatz ihrer Produktion auch weiterhin zu sichern. Auch der Veredlungsverband mit seinen besonders scharfen Konditionen hat sich vielfach zu ähnlichen Formen unfreiwilliger Absatzfinanzierung verstehen müssen. Selbstverständlich gibt es auch noch eine ganze Anzahl promptzahlender Firmen. Auch die Zahlungsweise der Großhändler-Sachverständigen vor dem Enquêteausschuß ist verhältnismäßig gut, wenn auch meist schlechter als vor dem Kriege [95]).

Das Ergebnis aller dieser Erscheinungen ist eine weitgehende Verschiebung der Absatzsorgen, der Lager- und Kreditrisiken zum Fabrikanten: Der Großhandel wird seiner Aufgabe, Großabnehmer für die Industrie, Lagerhalter und Träger der Finanzierung zu sein, nicht mehr in genügendem Maße gerecht und fördert dadurch die Tendenz zum Direktverkauf.

---

[94]) Bis 1925 waren die Preise zwei- bis dreimal so hoch wie vor dem Kriege. Der Durchschnittspreis für Rohnessel 16/16 20/20 78 cm breit betrug in M.-Gladbach 1913 25,8 Pf., 1924 71 Pf., 1925 72 Pf., 1926 55 Pf., 1927 56 Pf., 1928 55 Pf., 1929 51 Pf., 1930 44 Pf.

[95]) Vgl. Enquêteband über den Textilgroßhandel, a. a. O., S. 38.

Auch die gerade heute so wichtige Finanzierung des Konsums ist aus den angegebenen Gründen heute viel schwieriger und auch risikoreicher als früher. Wie schon dargestellt erfolgt sie einmal durch reichhaltige Vorratshaltung für den Abnehmer, der die benötigte Ware bei Abruf sofort vom Großhandelslager haben und sich so ein größeres eigenes Lager sparen kann, zum andern durch längere Kreditgewährung bei Verkauf der Ware.

Das verringerte Betriebskapital, die hohen Kreditkosten und die lange Dauer der jetzigen Textildepression führten teilweise zu einer starken Verringerung der Lagerhaltung[96]). Weniger als früher sieht sich der Baumwollwarengroßhandel in der Lage, große Kapitalien in Warenvorräten festzulegen und das erhebliche Konjunkturrisiko selbst zu tragen, das mit der Haltung größerer Läger heute mehr denn je verbunden ist. Andrerseits sind aber die Ansprüche der Kundschaft hinsichtlich der Auswahlhaltung nach dem Kriege stark gestiegen, die Ware wird auch in viel kleineren Quanten und in kürzeren Zeitabschnitten disponiert als früher[97]). Bei eingeschränkter Lagerhaltung und verringertem Sortiment vermindert sich aber für den Abnehmer der Vorteil der bequemen Deckung vielfältigen Bedarfs an einer Stelle gegenüber dem Kauf bei den einzelnen Fabrikanten, und der Bezug vom Ausrüster und Großhändler verliert an Reiz.

Die Kreditgewährung des Großhandels ist eine seiner wichtigsten Voraussetzungen, und wenn viele Firmen in ihrem Existenzkampf unterlegen sind, so lag das z. T. daran, daß ihnen der Kapitalmangel einerseits, die hohen Zinsen andrerseits keine wesentlich größere Kreditgewährung gestatteten, als sie heute auch seitens der Fabrikanten ihrer Kundschaft gegenüber üblich geworden ist. Früher hatte der Großhandel durch Gewährung erheblich längerer Zahlungsziele ein Übergewicht über die Industrie, das viele Verbraucher an ihn fesselte, und auch in den sonstigen Verkaufsbedingungen befand sich manche Vergünstigung gegenüber den Webereikonditionen. Heute dagegen schreibt der Großhandel im allgemeinen die gleichen Bedingungen vor wie die meisten Fabrikanten. Das gewährte Ziel ist — offiziell wenigstens — nicht

---

[96]) Das zeigt z. B. auch die allerdings lückenhafte Statistik einiger Firmen über ihr Warenlager im Enquêteband über den Textilgroßhandel (S. 39). Das Lager ist durchweg gegenüber der Vorkriegszeit kleiner geworden, obgleich die Warenpreise bedeutend gestiegen sind.

[97]) Vgl. Enquêteband über den Textilgroßhandel, a. a. O., S. 26: „Allgemein ist eine Verkleinerung der Aufträge gegenüber der Vorkriegszeit festzustellen. Neben dem Wegfall der Vordispositionen und dem Übergang zum Kauf von der Hand in den Mund wird auch die Tendenz zum Kauf kleinerer Mengen der einzelnen Artikel beobachtet. Als Grund wird neben dem Kapitalmangel und der verschlechterten Bonität der Kundschaft, die den Großhandel zur Vorsicht mahnt, auch der raschere Modewechsel angegeben".

länger als das der Rohweber, Buntweber und Drucker, nämlich 90 Tage. Wesentliche Vorteile, die der Kundschaft früher geboten wurden, sind also auch hier geschwunden oder doch gemindert.

Hinzu tritt die wesentlich ungünstigere Verteilung des Kreditrisikos.

Ein großer Teil gerade der zahlungskräftigsten und unbedingt solventen früheren Abnehmer, vor allem der Großbetriebe des Textileinzelhandels, ist auf den Kredit des Großhandels nicht mehr angewiesen und als Kunde abgesprungen. Verblieben sind dem Großhandel vor allem die kleinen und schwächeren, vielfach sogar ohne eigenes Kapital arbeitenden Unternehmer des Einzelhandels und der Konfektion, deren finanzielle Anforderungen dazu noch eine Steigerung erfahren haben. Hatte früher ein starker Ausgleich der Kreditansprüche seitens der Abnehmerschaft stattgefunden, so bedeutet heute die völlige Verschiebung des Schwergewichts zu der kapitalschwächeren und unsicheren Kundschaft hin eine erneute Belastung des Großhandels. Das Ergebnis ist meist, daß, sofern er ihren Kreditwünschen nachkommt, die Erfüllung der finanziellen Verpflichtungen gegenüber den Fabrikanten darunter leidet, sofern er das aber nicht tut, die Kundschaft sich anderen Lieferanten zuwendet. —

Natürlich sind die geschilderten Erscheinungen nicht für alle Unternehmen zutreffend. Manche Firmen, besonders diejenigen, die viel ausländische Rohware bezogen, kamen auf Grund frühzeitiger und ständiger Zahlung und Rechnung in Devisen, sowie infolge Einstellung ihrer ganzen Geschäftspolitik auf die Geldentwertung verhältnismäßig gut durch die Inflation. Andere wußten auch unter den schwierigen Verhältnissen nach der Stabilisierung ihre Vermögensverluste einigermaßen wieder wettzumachen und ihre Stellung zu behaupten[98]). Bei einem großen Teil des Großhandels dagegen zeigte sich trotz mancher bedeutsamen Ansätze zur Besserung in den letzten Jahren, daß er seiner Aufgabe, Bankier und Lagerhalter für Produktion und Abnehmer zugleich zu sein, infolge des Kapitalschwundes nicht mehr vollwirksam gerecht zu werden vermochte. Die hierdurch geminderte Leistungsfähigkeit und Widerstandskraft des Webwarengroßhandels schwächte seine Stellung innerhalb des Wirtschaftsprozesses und begünstigte die auf seine Ausschaltung gerichteten Bestrebungen[99]).

[98]) Vgl. z. B. Enquêtebericht Textilgroßhandel, S. 16.

[99]) So heißt es z. B. in der Textilwoche vom 5. 10. 1928: „. . . Jene Periode der Inflationszeit und der Stabilisierungsjahre hat der Textilindustrie und dem Textileinzelhandel angesichts eines ganz offenkundigen Versagens auf der Seite der Großisten erst Mut gemacht, in eine direkte Verbindung miteinander zu treten, und, nachdem dies erst einmal geschehen war, behielt man das neue Verfahren trotz mancher Enttäuschungen auch bei, zumal die neuen Unternehmungsformen in vieler Beziehung den Charakter von Großhandelsfirmen annahmen".

2. Kapitel: Die Ausschaltungsbestrebungen

1. Allgemeines.

Auch die in der Nachkriegszeit von allen Seiten einsetzenden Ausschaltungsbestrebungen könnte man teilweise mit Recht zu den angeführten Ursachen der absteigenden Entwicklung des Baumwollwarengroßhandels rechnen. Zu einem sehr erheblichen Teil aber ist die Ausschaltung mit all ihren verhängnisvollen Auswirkungen nur eine Folgewirkung der aufgezeigten ursächlichen, letzten Endes in der stark verminderten Leistungsfähigkeit des Großhandels mündenden Faktoren. Sie soll deshalb ihrer Bedeutung entsprechend in einem besonderen Kapitel eingehend untersucht werden.

Die Ausschaltungsbestrebungen stellen zweifellos das Hauptmerkmal der grundlegend veränderten wirtschaftlichen Organisationsformen dar, die sich in der Nachkriegszeit sowohl bei der Produktion als auch bei der Abnehmerschaft herausgebildet haben und die neben den sonstigen, vor allem konjunkturell bedingten Störungsfaktoren ein Hauptproblem der Wirtschaftsführung und der gesamten Existenz des Großhandels geworden sind.

In schwachen Anfängen zwar machten sich schon vor dem Kriege ähnliche Tendenzen bemerkbar. Sogar 1885 schon erschien eine Schrift über „die Krisis des Zwischenhandels", worin es heißt [100]: „Daß ein Rückgang des Zwischenhandels vor sich geht, ist unzweifelhaft. Er ist nicht lokal, sondern allgemein". Auch der Baumwollwarengroßhandel hatte den höchsten Punkt seiner Machtentfaltung vor dem Kriege vielleicht schon überschritten. Die von jeher sehr fühlbare und scharfe Konkurrenz der selbst ausrüstenden Webereien hatte sich nach den Markterschütterungen von 1907/08 merklich verstärkt [101]. Der anwachsende Großkonsum der Bekleidungsindustrie, der konzentrierte Bedarf der Einzelhandelsgroßbetriebe, der Waren- und Kaufhäuser erleichterten die Voraussetzungen des Direktbezugs vom Fabrikanten. Sogar eine Anzahl von Einkaufsgemeinschaften des Textileinzelhandels gab es schon damals [102], die allerdings an Selbstausrüstung von Rohwaren noch nicht dachten, sondern durch ihren Zusammenschluß nur günstigere Preise und Bedingungen beim Großhändler oder Fabrikanten herauszuholen suchten. Doch hatten, wie Ilgen

---

100) Weigert, a. a. O., S. 10.

101) Siehe S. 24.

102) Siehe S. 79.

schon damals schrieb[103]), „alle diese Nebenformen des Ausrüstungsgeschäfts . . . neben dem Baumwollwarengroßhandel eine geringe Bedeutung . . .". Und er glaubte sogar voraussagen zu können: „Alle Versuche, den Baumwollwarengroßhandel teilweise auszuschalten, werden somit scheitern an der Unmöglichkeit, gleich tragfähige Schultern für das große Marktrisiko zu finden".

Erst die Nachkriegszeit hat diese Entwicklungsströmungen zeitweilig zu einer Schicksalsfrage für den Baumwollwarengroßhandel gemacht. Während die Arbeitsteilung in der Baumwollwirtschaft vor dem Krieg fast vollkommen durchgeführt war, wurde nunmehr die Absatz- und Einkaufsorganisation durch die Tendenz zur Zusammenfassung früher getrennter Funktionen wesentlich beeinflußt. Die Triebfeder hierzu lag einmal, wie schon dargelegt, in der geminderten Leistungsfähigkeit des Großhandels bzw. seinen zu hohen Kosten, zum andern in dem Bestreben der Ausschaltenden, den Gewinn um die Großhandelsspanne zu erhöhen, resp. durch billigeren Verkauf den Umsatz zu vermehren und dadurch den Verdienst indirekt zu steigern. Von allen Seiten her und in konzentrischer Form setzten die Angriffe gegen den freien Großhandel ein und äußerten sich in Ausschaltungsbestrebungen sowohl bei den Lieferanten, nämlich bei den Webereien und Veredlungsanstalten, als auch bei der Abnehmerschaft, nämlich bei den Waren- und Kaufhauskonzernen, sowie bei den Einkaufsvereinigungen des Textileinzelhandels und anderen Großkonsumenten.

2. Die Ausschaltungsbestrebungen seitens der Produktion.

a. Die Integrationsbewegung in der Baumwollindustrie und ihre Ursachen.

Die Existenz und das Blühen eines starken Großhandels ist, worauf besonders Landauer hingewiesen hat[104]), in starkem Maße abhängig von der industriellen Entwicklung, „die in ihrer Organisationsgestaltung bestimmt, ob ein reiner, frei beweglicher Handel erforderlich ist, oder ob die Industrie den Handel absorbieren kann und muß". Ferner weist Landauer darauf hin, daß „wesentliche Veränderungen der Absatzbedürfnisse den Cha-

[103]) Vgl. a. a. O. S. 143. Ferner Brie, Schulze Weinberg, a. a. O., S. 14: „Nur ganz große Konsumenten, deren Bedarf in die Hunderttausende oder Millionen geht, also die Waren- und Kaufhäuser, können direkt mit dem Fabrikanten in Verkehr treten. Aber auch sie beziehen den Hauptteil ihrer Waren vom Großhändler."

[104]) Vgl. „Über die Stellung des Handels in der modernen industriellen Entwicklung", a. a. O., S. 882.

rakter und damit die Richtung der Entwicklung verändern" können und daß das Fehlen eines starken und einflußreichen Zwischenhandels dort, „wo sein Eingreifen erforderlich gewesen wäre, die industrielle Organisation rückwirkend beeinflußt". Er sagte aber voraus, daß innerhalb der gesamten deutschen Baumwollindustrie die Differenzierung und Spezialisation immer weiter fortschreite und daß „der kapitalistische Zusammenballungs- und Bürokratisierungsprozeß immer mehr zu einer Abspaltung aller kommerziellen Funktionen führen muß. Nur für einen Fall ist die Vollintegration unter Einbezug des direkten Verkaufs denkbar, . . . wenn die Baumwollindustrie durch Monopolisierung der ganzen Industrie der Notwendigkeit zu größtmöglicher Kostenkompression enthoben wäre" [105]).

Demgegenüber hat die Entwicklung der Baumwollwirtschaft unter dem Einfluß der Kriegs- und Inflationswirtschaft in Wirklichkeit eine gänzlich andere Richtung genommen. Die fortgesetzte Ausgliederung immer neuer Stufen des Wirtschaftsprozesses zu wirtschaftlicher Selbständigkeit schlug in ihr Gegenteil um. Anstatt der vermehrten Bedeutung des Großhandels als Folge der angekündigten fortschreitenden Differenzierung in der Baumwollindustrie erfolgte eine nachhaltige Erschütterung seiner bereits unter den Wirkungen und Nachwirkungen der Kriegs- und Inflationswirtschaft geschwächten Position durch die Integrationsbewegung [106]), die in der Nachkriegszeit die Organisationsgestaltung der Baumwollwirtschaft fast völlig bestimmte. Die Gründe hierfür konnte Landauer allerdings kaum vorausahnen:

Auf die Vereinheitlichung der Produktion und das Zurücktreten der produktionspolitischen und kommerziellen Aufgaben des Großhandels wurde schon ausführlich hingewiesen. Die Industrie lernte, teilweise notgedrungen und verhältnismäßig leicht, ihre Geschäfte ohne Vermittlung des Zwischenhandels zu besorgen. Auch die Organisationsmaßnahmen während des Krieges in ihrem Streben nach Zusammenschluß der Produzenten zur Erzielung des größten Nutzeffektes in produktionsmäßiger und finanzieller Beziehung haben — worauf Bruck hinweist [107]) — in gleicher Richtung gewirkt.

Dazu trat, während früher das Bestreben nach Verringerung der Verarbeitungskosten dominierte und zur Differenzierung

---

105) Vgl. Landauer, Baumwollindustrie, a. a. O., S. 182.

106) Vgl. Landauer, Baumwollindustrie, a. a. O., S. 7. „Ein kapitalkräftiger und einflußreicher Zwischenhandel muß demzufolge bei fortschreitender Integration verschwinden."

107) Vgl. Artikel Baumwollwirtschaft im H. d. St., a. a. O., S. 192. Der ferner geäußerten Ansicht, „daß die zu starke Differenzierung mit betrieblicher Spezialisation ihr Optimum überschritten hat", vermag ich allerdings nicht beizustimmen.

führte, in den damaligen Zeiten der Warenknappheit die Frage der Rohstoffbeschaffung und der Materialbeschaffungskosten entschieden in den Vordergrund. „Ermöglicht aber die Materialbeschaffung eine größere Kostenkompression als die Verarbeitung, so . . . wird die Entwicklung in diesen Industrien zur Integration führen“ [108]).

Bei der Kompression der Materialbeschaffungskosten hat die Umsatzsteuer der Nachkriegszeit eine ganz besondere Rolle gespielt. Die Möglichkeit, einen beträchtlichen Teil der in den einzelnen Phasen entstehenden Umsatzsteuerkosten durch Zusammenschluß der einzelnen Produktions- und Verteilungsstufen einzusparen, hat erheblich dazu beigetragen, die industrielle Entwicklung der Baumwollwirtschaft in die Richtung der Vertikalkombination zu drängen und die Antriebe zu „kapitals- und produktionskonzentrativen Entfaltungen“ (Bruck) in einer für den Großhandel recht bedrohlichen Weise zu verstärken. Der Übergang der Ware von einem Betrieb zum andern blieb bekanntlich steuerfrei, sofern er innerhalb desselben Unternehmens erfolgte. Integrierte Unternehmen, beispielsweise eine Spinnweberei mit eigener Ausrüstung und direktem Vertrieb an Einzelhandel und Konfektion oder sogar — wie es neuerdings der Fall ist — mit eigenen Detailgeschäften, brauchen nur an einer Stelle Umsatzsteuer für eine Ware zu entrichten, die auf dem normalen Wege über den Großhandel und Lohnveredler auf drei bis vier Umsatzphrasen steuermäßig erfaßt wird. Diese mit der Höhe des Steuersatzes progressiv wachsende Einsparung vermag in vielen Fällen auch eine durch die Integration etwa eintretende Verteuerung der Produktion und Verwaltung vollauf zu kompensieren [109]) [110]) und bedeutet eine starke Erschwerung der Konkurrenzbedingungen des Baumwollwarengroßhandels, zumal für ihn als Ausrüster und Weiterverarbeiter im Gegensatz zum übrigen Textilgroßhandel das Zwischenhandelsprivileg des § 7 U. St. G. nicht in Betracht kommt.

b. Die Ausschaltung seitens der Industriekonzerne.

Träger der Integrationsbewegung und der Ausschaltungstendenzen wurden in erster Linie die großen Baumwollkonzerne,

---

[108]) Vgl. Landauer, Baumwollindustrie, a. a. O., S. 6.

[109]) [110]) Vgl. Lampe, Artikel „Großhandel“ H. d. St. Erg. Bd., S. 348. „Vielfach werden unter der Herrschaft der Umsatzsteuer an sich unwirtschaftliche Zusammenfassungen der bisher aufgeteilten Gesamtunternehmerfunktion durch Steuerersparnis rentabler, als der zuvor bestehende, rein wirtschaftlich gesehen, bessere Wirtschaftsaufbau.“

die ähnlich wie in anderen Wirtschaftszweigen durch Zusammenschluß einer Reihe von Unternehmen zu ausgedehnten Horizontal- und Vertikalkombinationen entstanden. Die Konzerne machen sich vom Ausrüster unabhängig, indem sie die in den eigenen Betrieben gesponnene und gewebte Rohware in eigenen oder fremden Ausrüstungsanstalten veredeln lassen und mittels einer intensiv ausgestalteten eigenen Absatzorganisation — Errichtung von Verkaufszentralen und Auslieferungslägern, großes Vertreternetz etc. — die fertige Ware direkt an die Bekleidungsindustrie, die Provinzgroßhändler, die größeren Einzelhandelsgeschäfte und die Einkaufsverbände vertreiben. In jüngster Zeit wurde — wie schon erwähnt — das Bild noch vervollständigt durch die Gründung eigener Fabrikverkaufsläden [111]).

Die scharfe Konkurrenz gerade der großen Baumwollkonzerne, hinter der die Ausschaltungstendenzen von anderen Seiten in ihrem Gewicht erheblich zurückstehen, machte dem Baumwollwarengroßhandel ganz besonders schwer zu schaffen und wirkte sich umso unangenehmer aus, als es sich zwar nicht um sehr zahlreiche, dafür aber um finanziell und produktionsmäßig gesehen, äußerst leistungsfähige und bedeutende Unternehmen handelte, die teilweise sogar Rohwaren-, Buntwaren- und Druckwarenfabrikation in Baumwolle und Kunstseide nebeneinander betrieben. Die meisten Zusammenschlüsse entfielen auf die Inflationszeit, die die Durchführung der Finanzierung bedeutend erleichterte; aber die Konzentrationsbewegung blieb noch bis in die letzten Jahre wirksam, beschränkte sich allerdings in erster Linie auf den organischen Ausbau der bestehenden, gesund gebliebenen Gebilde.

Die nachfolgende Darstellung soll, ohne auf alle finanziellen und organisatorischen Einzelheiten einzugehen, ein ungefähres Bild geben von dem heutigen Stand der Konzentrationsbewegung in der Baumwollwirtschaft und ihrer Bedeutung für den Großhandel.

Weitaus an der Spitze der deutschen Baumwollindustrie sowohl hinsichtlich der Kapitalkraft als auch der Produktionskapazität steht der Baumwollkonzern Hammersen-Dierig, dessen Kapitalien seit 1930 nebst einer Reihe sonstiger Textilbeteiligungen in der als Holdinggesellschaft fungierenden Deutschen Baumwoll A.-G., Osnabrück, (Debag) zusammengefaßt sind [112]).

---

[111]) Siehe S. 65.

[112]) Über die Einzelheiten des Konzernaufbaus s. Frankfurter Zeitung vom 25. 12. 1930, Nr. 958/59. Inzwischen wurden im April 1932 die Kapitalien

Die F. H. Hammersen A.-G. war ursprünglich eine reine Weberei. Erst gegen Ende des Krieges begann sie durch Angliederung mehrerer Spinnereien und Buntwebereien ihre Interessen beträchtlich zu erweitern und setzte diese Expansion in den Inflationsjahren in verstärktem Ausmaße fort, meist durch den Erwerb von Majoritätsbeteiligungen bei Spinnwebereien, Buntwebereien und Ausrüstungsanstalten vor allem in Süddeutschland [113]). Auch in den Jahren nach der Stabilisierung zuletzt noch 1931 dehnte Hammersen seinen Machtbereich in ähnlicher Weise aus, sodaß der Konzern nach einem großen Aufschwung heute über folgende Substanz verfügt [114]):

1. in fünf eigenen Betrieben
   297 350 Spindeln, 3 475 Webstühle, 1 Ausrüstungsanstalt,
2. in durch Mehrheitsbeteiligung beherrschten Unternehmen
   510 472 Spindeln [115]), 4 245 Webstühle [116]), 1 Veredlungsanstalt.

Insgesamt beherrscht Hammersen also heute — außer sieben Minderheitsbeteiligungen —:

807 822 Spindeln, 7 720 Webstühle, 2 Veredlungsanstalten.

Die Christian Dierig A.-G., auf die im Jahre 1930 die Familiengesellschaften des Dierigkonzerns samt ihren Beteiligungen übergeleitet wurden, verfügt nach ebenfalls erheblicher Expansion in der Nachkriegszeit in sechs Fabriken über:

60 896 Spindeln, 5 415 Webstühle, 3 Ausrüstungsanstalten und Druckereien.

Im Gegensatz zum Hammersenkonzern, dessen Spinnereibasis weitaus größer ist als die eigene Verarbeitung und der infolgedessen große Teile der Garnproduktion auf dem freien Markt unterbringen mußte, liegt der Schwerpunkt bei Dierig in der Weiterverarbeitung, vor allem in der Ausrüstung. Da die Veredlungsanstalten etwa das Vierfache der eigenen Gewebeproduktion verarbeiten können und andrerseits die eigenen Spinnereien nur einen Teil des Garnbedarfs decken, suchte man 1924 in der Erkenntnis, daß beide Konzerne sich in ihrer Produktion vor-

---

der Hammersen A.-G., der Dierig A.-G. und der Debag durch Einziehung von Aktien herabgesetzt, um die Buchwerte an die veränderten Wert- und Ertragsverhältnisse anzupassen und „den Gesellschaften denjenigen Grad innerer Festigkeit wiederzugeben, der bisher die Grundlage ihrer Geschäfts- und Dividendenpolitik war". Das Aktienkapital der Debag beträgt jetzt 28 Mill. M.

[113]) Über die einzelnen Vorgänge s. Israel, a. a. O., S. 80, Harder, a. a. O., S. 87, Landsberg, a. a. O., S. 73.

[114]) Vgl. Frankfurter Zeitung Nr. 958/59 1930.

[115]) Nach Erwerb der Majorität der Spinnerei am Stadtbach, Augsburg, (310 000 Spindeln) im Jahre 1931.

[116]) Nach Liquidierung der Spinnweberei und Druckerei Gebr. Elbers A.-G., Hagen, (7 860 Spindeln, 493 Webstühle) im gleichen Jahre.

trefflich ergänzten, die bisherige Geschäftsverbindung durch ein weitergehendes Gemeinschaftsabkommen zu festigen, das im übrigen auch zur Positionsstärkung gegenüber dem damals noch sehr aktiven Blumensteinkonzern beitragen sollte.

Man konnte sich jedoch nicht einigen. Es kam im Gegenteil zu Mißhelligkeiten und schließlich zum Abbruch der Geschäftsbeziehungen. Da Dierig bisher etwa 50 Prozent der Hammersenproduktion aufgenommen hatte, verlor Hammersen also mit einem Schlage die Hälfte seiner Absatzbasis [117]). Die Folge war ein ganz erbitterter und scharfer Konkurrenzkampf.

Dierig hatte schon 1921 damit begonnen, Einzelhandel und Konfektion direkt zu beliefern und dadurch den Großhandel auszuschalten, der bisher nicht nur Rohgewebe bei Dierig kaufte, sondern sie auch in den Dierigschen Betrieben ausrüsten ließ. Der vom Verband nord- und westdeutscher Baumwollwarenausrüster verhängte Boykott war nicht wirksam genug und wurde 1922 auf Grund von Vereinbarungen mit dem Veredlungsverband, dem auch Dierig als Mitglied angehört, aufgehoben. In den nächsten Jahren baute Dierig seine Absatzorganisation in vorbildlicher Weise aus und schaffte sich durch große Lagerhaltung, durch modische Belebung der Baumwollartikel, später durch Pflege des Kunstseidengeschäfts, durch schlagkräftige Propaganda und Errichtung von Zweigniederlassungen eine überaus feste Position als Lieferant des Einzelhandels.

Der Hammersenkonzern folgte auf dem gleichen Wege nach. Durch Ausbau seiner Weberei- und Ausrüstungsinteressen suchte er seine bisher von Dierig übernommene Garnproduktion unterzubringen, die Fertigwarenproduktion zu erweitern und gleichfalls durch überwiegend direkten Verkauf an die Verbraucherschaft das Geschäft an sich zu reißen. Nachstehende Tabelle [118]) unterrichtet über die Struktur und Geschäftsentwicklung der beiden Konzerne in jenen Jahren:

Chr. Dierig A-G	1928	1929	1930 [119a])
Umsatz in Mill. Mark	46,31	44,48	ca 36,00
Baumwollgarn zugek. in Mill. kg.	1,86	1,75	ca 2,5
Rohgewebe zugek. in Stck. (je 60 m)	348 450	192 585	ca 330 000

F. H. Hammersen A-G	1927	1928	1929	1930
Umsatz in Mill. Mark	40,49	43,68	45,66	ca 35
Rohgewebe zugek. i. St.	211 300	218 100	251 300	ca 210 000

[117]) Vgl. Magazin der Wirtschaft, III. Jahrg., S. 6750.

[118]) Nach der Frankfurter Zeitung Nr. 958/59 1930.

[119a]) 1931 ging der Umsatz bei Dierig auf 32,5 Mill. Mark, bei Hammersen auf 26 Mill. Mark zurück. Mengenmäßig konnte der Umsatz um 15 % gesteigert werden.

Unter den Kampfmaßnahmen, vor allem den Preisunterbietungen, der beiden Konzerne litten nicht nur die unmittelbar betroffenen Antipoden sondern die gesamte deutsche Baumwollwirtschaft jahrelang. Mit der 1930 endlich erfolgten Verständigung und — wirtschaftlich gesehen — Fusion der Hammersen- und der Dieriggruppe [119b]) war ein wesentlicher Schritt zur Konsolidierung des Baumwollwarenmarktes getan. Jede der beiden Firmen fabriziert weiterhin getrennt und setzt die Ware mit Hilfe ihres eigenen Verkaufsapparates ab. Ihre Produktionskapazität wird aber wie früher durch gegenseitige Belieferung ausgenutzt und ergänzt. Insbesondere wird Hammersen bei der überragenden Bedeutung von Dierig als Drucker und Ausrüster zur Lieferung von Garnen und Rohgeweben stark herangezogen. Im übrigen ist bei denjenigen Artikeln, die bisher in den Kollektionen beider Firmen vertreten waren, dafür Sorge getragen, daß man sich nicht gegenseitig Konkurrenz macht, was dadurch erleichtert wird, daß Dierig besonders die Herstellung von Spezialitäten pflegt [120]).

Heute sind in dem Konzern, der insgesamt 868 718 Spindeln, 11 965 Webstühle und 5 Ausrüstungsanstalten besitzt [121]), Spinnereien, Rohwebereien, Buntwebereien, Druckereien, Ausrüstungsanstalten zusammengefaßt [122]), die auf Baumwolle- und Kunstseidenverarbeitung jeglicher Art eingestellt sind. Bedenkt man, daß die Umsätze der beiden Konzerne 1929 ca. 90 Millionen, 1930 ca. 70 Millionen betragen haben, während die Umsätze der weitaus größten Firma der Baumwollwarengroßhandelsbranche, der Gebr. Simon Komm. Ges., Berlin, 1927 noch 45 Millionen, 1929 nur noch 30 Millionen betrugen, so ist ersichtlich, welche gewaltigen Umsatzmengen, die früher über den Großhandel liefen, heute durch diese Gruppe der Baumwollindustrie absorbiert werden.

Der Zusammenschluß einer Anzahl der bedeutendsten württembergischen und badischen Spinnwebereien zu dem Süddeutschen Spinnweberverband G. m. b. H., Stuttgart, im Jahre 1919 weist in gleicher Richtung. Das Unternehmen verfügt über insgesamt 327 460 Spindeln und 7 209 Webstühle und fabriziert mittlere und feine Baumwollrohgewebe, die zum größten Teil in eigener Ausrüstungsanstalt (bis vor drei Jahren im Lohn) veredelt und über eine gut eingespielte Absatzorganisation mit dreißig Großhandelslägern und einem großen Vertreternetz an die Verbraucherschaft abgesetzt werden. Die

---

[119b]) Wobei das finanzielle Schwergewicht bei Dierig liegt.

[120]) Vgl. Konfektionär vom 27. 6. 1930.

[121]) D. s. ca. 8 % der 11,07 Millionen deutschen Baumwollspindeln und ca. 5 % der 250 000 deutschen Baumwollwebstühle. (S. Statistisches Jahrbuch für das Deutsche Reich 1931, S. 40.)

[122]) Hammersen besitzt sogar ein kleines Bergwerk.

kaufmännische Verwaltung, das Ausrüstungsgeschäft und der Verkaufsapparat sind von der eigentlichen Produktion organisatorisch, betrieblich und rechtlich streng getrennt, da die G. m. b. H. den Gesellschaftern[123]) in ihrem speziellen Wirkungskreis die Unabhängigkeit belassen hat. Die einzelnen Betriebe des Unternehmens haben ihr Produktionsprogramm systematisch spezialisiert und stellen jeweils Garne und Rohgewebe verschiedener Art und Qualität her. Die G. m. b. H. übernimmt als Zentrale die bis dahin von den Einzelbetrieben zu bewältigenden kommerziellen Aufgaben und darüber hinaus die Ausrüstungsfunktion und führt so die durch die spezialisierte Produktion erzielte Arbeitsteilung wieder zur Arbeitsvereinigung.

Wie man aus der trotz scharfen Boykotts der Ausrüster wachsenden Bedeutung des Unternehmens folgern kann, hat sich diese scharfe Trennung der Produzenten- und Händlerfunktion innerhalb des integrierten Gesamtunternehmens gut bewährt.

Die Baumwollindustrie Erlangen Bamberg A.-G. (12 Mill. Mark A.-K.) mit 299 326 Spindeln und 4 466 Webstühlen in fünf Betrieben bestand unter anderer Firmierung schon vor dem Kriege (Gründungsjahr 1880), erweiterte sich jedoch 1927 durch Angliederung einer großen Spinnweberei und einer Feinweberei. Die Rohgewebe werden in eigener Ausrüstungsanstalt veredelt und unter Umgehung des Baumwollwarengroßhandels abgesetzt. Die Aktienmehrheit ist im Besitze der Firma Wolf Söhne, Stuttgart-Untertürkheim, die ebenfalls eine Spinnweberei mit Direktverkauf der ausgerüsteten Gewebe betreibt.

Die Süddeutsche Baumwollindustrie A.-G., Kuchen, eine bedeutende Spinnweberei mit 60 976 Spindeln und 1 683 Webstühlen, ist beteiligt an der Bleicherei, Färberei und Appreturanstalt Stuttgart-Uhingen A.-G., bei der sie den größten Teil ihrer Erzeugnisse ausrüsten läßt. —

Überraschenderweise ist die Konzentrationsbewegung auch in allerjüngster Zeit nicht zum Stillstand gekommen. Ein neuer großer Komplex von Baumwollspinnereien und -webereien entsteht augenblicklich in Südbaden. Die Kölnische Zeitung vom 16. 2. 1932 meldet hierüber:

„Zurzeit schweben Verhandlungen über eine Zusammenfassung südbadischer Textilfirmen. Es handelt sich hierbei um die Firma Fr. Vogelbach & Co. in Lörrach, Baumwollspinnerei und Weberei, die Spinnereien Haagen & Röttein A.-G. in Haagen (Kapital 1,606 Mill. Mark), die Merian & Co. G. m. b. H.

[123]) 1) Heinr. Otto, Reichenbach, 2) Heinr. Otto Söhne, Unterboihingen, 3) F. A. Lenze, Owen & Teck, 4) Spinnerei & Weberei Offenburg, 5) Kollnauer Baumwollspinnerei & Weberei, 6) Chr. Eisenlohr, Reutlingen, 7) Baumwollspinnerei & Weberei Arlen. Zwischen den Firmen bestehen teilweise auch engere finanzielle Verknüpfungen.

(Kapital 800 000 Mark), Baumwollspinnerei und -weberei, Höllstein, die Gebr. Großmann A.-G. (Kapital 2,8 Mill. Mark), Baumwollweberei, Brombach bei Lörrach, und die Webereien Fahrnau und Langenau A.-G. (Kapital 800 000 Mark), Fahrnau, früher Singeisen & Horn, Fahrnau, und Otto Horn, Langenau, die in einer neu zu gründenden Aktiengesellschaft von etwa 5 Mill. Mark zusammengeschlossen werden sollen. Der Name der neuen Firma wird voraussichtlich Vereinigte Wiesenthaler Textilwerke sein. Geplant ist die Einbeziehung weiterer Betriebe der Textilbranche. Von dem Kapital sollen 2 Mill. Mark von den interessierten Großbanken, vor allem wohl der DD.-Bank in Gegenrechnung für ihre Forderungen übernommen werden. Die Hauptschwierigkeiten liegen jetzt in der Beschaffung von etwa 1 Mill. Mark langfristigem Betriebskapital."

Die Gebr. Großmann A.-G. (1400 Webstühle), die als größte dieser Firmen voraussichtlich ein Kernstück des neuen Unternehmens bilden wird, hat auch bisher schon ein ausgedehntes Handelsgeschäft in gebleichten, gefärbten und bedruckten Baumwoll- und Kunstseidengeweben betrieben. Die Ausrüstungsabteilung wurde 1925 abgetrennt, erweitert und in eine besondere Gesellschaft eingebracht, an der die A.-G. beteiligt ist. Dagegen haben die anderen Firmen ihre Rohware bisher überwiegend an den Ausrüster geliefert. Allem Anschein nach wird sich die Organisation des neuen Unternehmens an das Vorbild des Süddeutschen Spinnweberverbandes anlehnen, und es dürfte nicht daran zu zweifeln sein, daß der geplante Direktvertrieb unter Ausschaltung des Großhandels für den Ausrüster eine neue, übermächtige Konkurrenz und neuen Geschäftsrückgang bedeuten wird [123a]). —

Die bis zum Letztverbraucher vordringende Direktbelieferung, der „geschlossene Warenweg", war im Gegensatz zu Amerika bisher bei uns in der Textilindustrie nicht anzutreffen. Erst in jüngster Zeit hat ein angesehener und bedeutender Textilkonzern den großangelegten und — wie man wohl heute schon sagen kann — erfolgreichen Versuch unternommen, in das Tätigkeitsgebiet des Einzelhandels einzudringen. —

Die Vereinigten Textilwerke Wagner & Moras A.-G. (bis 1930: Vereinigte Textilwerke A.-G., in die 1923 die Betriebe der Firmen Wagner & Co., Zittau, Wagner & Moras A.-G., Zittau, und Hermann Wünsches Erben A.-G., Ebersbach, 1928 die P. Heymann A.-G., Ostritz, mittels Pacht-

---

[123a]) Bisher (Sept. 1932) ist die Fusion in dem geplanten Umfange nicht zustande gekommen, da die erforderlichen Bankkredite noch nicht erhältlich waren. Lediglich die Webereien Fahrnau & Langenau A.-G. haben sich nach Durchführung eines gerichtlichen Vergleichsverfahrens mit der Spinnerei Haagen & Rötteln A.-G. fusioniert.

Auch die finanzielle Lage der Gebr. Großmann A.-G. hat sich inzwischen äußerst ungünstig gestaltet. Der letzte Jahresverlust beträgt bei 2,94 Mill. M. Kapital 2,5 Mill. M. (Vergl. B. B. C. Nr. 288 v. 23. 6. 32.) Der Webereibetrieb mußte stillgelegt werden.

vertrag eingebracht worden waren) haben anscheinend ihre Produktionskapazität in den letzten Jahren erheblich ausgedehnt. In Salings Börsenjahrbuch für 1930/31 ist die Zahl ihrer Spindeln noch mit 116 000, ihrer Webstühle mit 3 800 angegeben, während nach den neuesten Angaben der Firma ca. 200 000 Spindeln und 4 500 Webstühle in ihren Fabriken arbeiten [124]). Das Aktienkapital beträgt 4,8 Mill. Mark.

Der Konzern, der sechs Webereibetriebe, zwei Spinnereibetriebe, sowie zwei Ausrüstungsbetriebe mit Färberei, Bleicherei und Druckerei umfaßt, fabriziert nicht nur rohgewebte und buntgewebte Baumwollstoffe aller Art, sondern auch seidene, kunstseidene, wollene und halbwollene Kleiderstoffe und Futterstoffe. Durch diese Vielseitigkeit der Produktion wurde dem Unternehmen der Entschluß erleichtert durch ein neuartiges Verkaufssystem, nämlich durch Errichtung von Kettenläden die Absatzmöglichkeiten zu erweitern, da die bisherige Belieferung des Einzelhandels und Großhandels infolge der ungleichmäßigen Dispositionen keine genügende Ausnutzung der Produktion ermöglichte und zumal die Einkaufspolitik der Waren- und Kaufhauskonzerne mit ihrem oft übermäßigen Preisdruck keine auskömmliche Gewinnspanne mehr übrig ließ.

Nachdem Wagner & Moras durch Eröffnung eines Ladens in Berlin unter einem Decknamen eine Art „marktanalytischen Versuchsballons" hatten steigen lassen, wurde im September 1931 die „Vereinigte Textilwerke Wagner & Moras, Organisationsgesellschaft m. b. H." in Berlin gegründet, die nicht nur als Organisationsbüro und leitende Betriebsaufsicht der Filialen, sondern die auch als deren Einkaufszentrale fungiert. Bis Ende 1931 wurden in den verschiedensten Gebieten Deutschlands ca. 10 Kleiderstoffläden unter dem Namen „W. & M.-Stoffe aus erster Hand" eröffnet, die alle nach einem einheitlichen Prinzip aufgezogen sind: gleiche Fassaden und Transparente, gleiche Möbel, gleiche Buchhaltung und Kassenanlagen. Die Kette soll in absehbarer Zeit um weitere sechzig Verkaufsstellen vor allem in kleinen und mittleren Städten erweitert werden. Da die Stoffläden ausschließlich Fabrikate der Vereinigten Textilwerke führen, hat der Konzern seine Produktion teilweise umstellen und wesentlich erweitern müssen.

Ob es sich hier um wirklich lebensfähige, neue Vertriebsformen handelt, kann man mit Sicherheit vorerst noch nicht entscheiden. Die starken Bedenken, die das Experiment infolge der unverhältnismäßigen Häufung der Risiken und der ungeklärten Absatzverhältnisse hervorrufen muß, sind offensichtlich. Man muß

---

[124]) Vgl. Konfektionär vom 29. 8. 1931.

abwarten, ob es der Konzernleitung wirklich auf die Dauer gelingt, die schwierigen kommerziellen Aufgaben des Groß- und Einzelhandels, die sie jetzt übernommen hat, mit den produktionspolitischen Interessen in Übereinstimmung zu bringen. Jedenfalls wird, wenn auch durch diese planmäßige Ausschaltung in erster Linie der Textileinzelhandel betroffen wird, doch die Rückwirkung auf den Großhandel infolge der Schwächung und Umsatzminderung seiner Abnehmer nicht ausbleiben. Interessant ist übrigens, daß der Konzern versucht, mit Futterstoffen, die in den Direktläden keine geeignete Absatzmöglichkeit finden, auch weiterhin den Futterstoffgroßhandel zu beliefern, was bei dem mangelnden Solidaritätsgefühl der Großhändler auch zu gelingen scheint [125]).

Die Bedeutung der selbstausrüstenden Konzerne [125b]), erhellt, wenn man die Zahl ihrer Spindeln (ca. 1.8 Mill.) und Webstühle (ca. 32 000, beides ohne den neuen Wiesenthaler Konzern) den insgesamt in Deutschland vorhandenen ca. 11 Millionen Spindeln und 250 000 Webstühlen gegenüberstellt.

---

[125]) Mittlerweile ist im Mai 1932 der völlige Fehlschlag des Direkt-Verkauf-Systems offen zutage getreten und der Konzern brach mit einer Schuldenlast von über 20 Mill. RM. zusammen. Die Aktiven sind fast sämtlich übereignet. Ein Liquidatinsvergleich mit schweren Opfern für Aktionäre und Gläubiger wird angestrebt. Die Läden mit einem großen Teil des Warenlagers wurden an die A.-G. für Handels- und Industriekredit (Agfi) Berlin verkauft, deren Tochtergesellschaft, die Web- und Manufakturwarenvertriebs-G. m. b. H. die Liquidation der Detailgeschäfte, bzw. ihre Veräußerung an Interessenten übernommen hat.

Die an die Eröffnung der Direkt-Ladenkette geknüpften Umsatzerwartungen waren schwer enttäuscht worden. Der Absatz blieb weit hinter dem für die ausreichende Beschäftigung der Fabriken notwendigen Minimum zurück, weil 1) die Preise meist nur unerheblich unter gleichwertigen Konkurrenzangeboten lagen und 2) die an sich beträchtliche Verschiedenartigkeit der W & M-Produktion bei weitem nicht ausreichte, um die bei jedem Durchschnittskaufhaus übliche Vielseitigkeit in der Auswahl zu bieten. — Da auch Groß- und Einzelhandel als Kunden fast völlig ausfielen, häuften sich riesige Lagervorräte in den Fabriken an, die infolge des Modewechsels zu einer immer größeren Verlustquelle wurden. Darüber hinaus offenbarte sich die innere Schwäche des Konzerngebildes in der Zersplitterung des Produktionsprogramms, das in Spinnerei, Weberei und Ausrüstung, Baumwolle, Wolle, Seide, Kunstseide und Leinen zugleich umfaßte und kein rentables Arbeiten mehr ermöglichte. — Der Fall W & M zeigt jedenfalls deutlich, wie gefährlich die Häufung der Risiken von Fabrikation und Handel zumal bei rückgängiger Konjunktur werden kann, wenn die Erfahrungen und das Fachwissen des Groß- und Einzelhändlers fehlen.

[125b]) Der Blumensteinkonzern, zeitweise der mächtigste deutsche Textilkonzern mit großen Baumwoll-, Jute-, Hanf- und Leineninteressen, der in den Inflations- und Stabilisierungsjahren eine sehr aktive Rolle gespielt hat, ist für den Baumwollwarengroßhandel eigentlich nur durch seine kurzfristige Zusammenarbeit mit Gebr. Simon von vorübergehender Bedeutung gewesen. Er ist das typische Beispiel für einen unorganisch aufgebauten, zusammengewürfelten Komplex verschiedenartigster Unternehmungen, die lediglich durch

c. Die Ausschaltung seitens einzelner Webereien und durch Versandgeschäfte.

Neben den großen Baumwollkonzernen haben die Integrationsbestrebungen auch bei einem wachsenden Teil größerer, mittlerer und kleiner Einzelunternehmungen Eingang gefunden, die zum Direktverkauf übergingen, weil sie vom Großhandel — oft wegen mangelnder Leistungsfähigkeit — nicht genügend beschäftigt wurden. Schon vor dem Kriege spielte, wie bereits erwähnt [126]), das Handelsgeschäft bei den Buntwebereien eine große Rolle. Aber auch manche Rohwebereien — vor allem im M.-Gladbacher und im Bocholter Bezirk ist das zu beobachten — gingen, zumal wo es sich um Spezialartikel handelt, die nur einem relativ einfachen Veredlungsprozeß unterworfen zu werden brauchen, dazu über, sich einen kleinen Veredlungsbetrieb anzugliedern und die Ware selbst zu vertreiben. Auch Konfektionsbetriebe für Berufs- und Arbeiterkleider sind öfter angeschlossen. Ebenso wie die Art des Geschäftsaufbaus sind auch die Absatzformen sehr mannigfaltig. Neben der eigenen Verarbeitung und dem Vertrieb an den Einzelhandel (auch an die kleineren Betriebe) kommt auch die Belieferung von Privaten vor (Versandgeschäft). Vielfach werden zur Eigenproduktion noch Gewebe auf dem freien Markt hinzugekauft, so daß der händlerische Charakter dieser Unternehmen besonders deutlich hervortritt [127]).

Besonders das Versandgeschäft hat in den Jahren nach dem Kriege einen großen Aufschwung genommen. Soweit es sich auf eine eigene Webereibasis stützt, wird der Absatz an Private zwar nur von relativ wenigen, dafür aber in finanzieller und betrieblicher Hinsicht umso leistungsfähigeren Firmen betrieben, die nicht nur dem Einzelhändler, sondern gleichzeitig auch dessen Lieferanten, dem Baumwollwarenhändler, in ständig wachsendem Umfange recht beträchtliche Umsätze entzogen. Das bedeutendste Baumwollwaren-Versandgeschäft Deutschlands und darüber hinaus Europas und gleichzeitig das der Belegschaftszahl nach größte Unternehmen der süddeutschen Baumwollindustrie ist die Firma Josef Witt-Weiden [127a]). Der Aufbau des Witt-Konzerns vollzog sich in etwa 13 Jahren vom Versandgeschäft bis zum Fabrikations-

---

finanzielle Machtinteressen zusammengehalten werden konnten. Der Konzern, der auch finanziell gescheitert ist, läßt sich z. T. in seine Bestandteile auf. Soweit Rohwebereien ihm angehörten, rüsten sie nicht selbst aus, sondern beliefern den Großhandel. Die Webwaren-G. m. b. H. Urach (Groß-Konzern), eine Vereinigung mehrerer größerer Spinnwebereien, rüstet ebenfalls nicht selbst aus.

126) Siehe S. 4.

127) Vgl. Landauer, Baumwollindustrie, S. 107.

127a) Vgl. „Vossische Zeitung" Nr. 620 vom 27. 12. 32.

block. Die Angliederung von Textilfabriken, die zweite Etappe der Entwicklung, setzte 1925/26 ein. Fast durchweg wurden kleinere und mittlere Baumwollwebereien und -spinnereien, die in Zahlungsschwierigkeiten geraten waren, erworben, in denen rund 1750 Webstühle (größtenteils in Doppelschicht bis zur äußersten Beanspruchung) und rund 177 000 Spindeln laufen. Die Fabrikationsgruppe „Textil-Werke Josef Witt-Weiden" setzt sich aus folgenden Webereien zusammen: Abteilung Buntweberei Helmbrechts (Oberfr.) Mech. Weberei Sonthofen (bayer. Allgäu), Mech. Weberei Selbitz (Obfr.) und einer Baumwollweberei in Rotschau bei Reichenbach i. V. Bei derTextilwerke Frankenwald A.-G. in Schwarzenbach am Wald (Obfr.) besitzt Witt fast das ganze Aktienkapital. An Baumwollspinnereien gehören zu der Gruppe eine Spinnerei in Meerane, der Hauptteil der Chemnitzer Aktien-Spinnerei (etwa 105 000 Spindeln) und die Feinspinnerei Ortmann, Mühlen und Nattermann in Korschenbroich bei München-Gladbach, mit deren Erwerb die Textilwerke Witt-Weiden ihre Garnbasis, deren Ausweitung die Aktionen der letzten Jahre im besonderen galten, um etwa 40 000 Spindeln erweitert haben. Dazu besitzt Witt die Ausrüstungsanstalt C. C. Münzing in Plauen i. V.

Insgesamt beschäftigen die Textilwerke Josef Witt etwa 4700 Personen. Der jährliche Gesamtumsatz, der sich ganz auf das Nachnahmegeschäft stützt, wurde 1930 auf etwa 40 Mill. RM. geschätzt.

Gegenüber diesem großen Versandgeschäft treten die übrigen Unternehmen dieser Art etwas in den Hintergrund [127b]), obwohl es sich zum Teil ebenfalls um recht leistungsfähige Betriebe handelt, deren Absatzerfolge vom Großhandel und vor allem vom Einzelhandel — wie verschiedentliche Diskussionen in den Fachblättern zeigen — mit wachsender Sorge vermerkt werden. Inzwischen ist im Juli 1934 eine Anordnung des Reichswirtschaftsministers ergangen, wonach Versandgeschäfte der Textilbranche bis zum 1. Juli 1940 weder neu errichtet noch erweitert werden dürfen.

[127b]) Erwähnt sei in diesem Zusammenhang u. a. noch die Christofstaler Tuchfabrik G. m. b. H., Christofstal (Wttbg.), die ebenfalls in dem letzten Jahrzehnt einen erheblichen Aufschwung genommen hat, bei der allerdings das Versandgeschäft in eigentlichen Baumwollwaren relativ zurücktritt hinter dem Absatz von Damenkleiderstoffen und Herrentuchen an Private. Allerdings kann sich die Christofstaler Tuchfabrik ebensowenig wie die meisten übrigen Versandgeschäfte weder in Baumwollwaren noch in Kleiderstoffen auf eine eigene Webereibasis stützen.

d. Die Ausschaltung seitens der Veredlungsindustrie.

Auch auf Seiten der Veredlungsindustrie macht sich neuerdings in jedoch relativ bescheidenerem Ausmaße die Tendenz bemerkbar, Einkauf der Rohware, Ausrüstung und Absatz auf eigene Rechnung unter Umgehung des ausrüstenden Großhandels zu betreiben, und zwar meist neben der eigentlichen Lohnveredlungstätigkeit. Die Größe des stehenden Anlagekapitals drängt zur Nutzung, und da in Depressionszeiten die Aufträge des Handels kleiner werden und oft nur stoßweise einlaufen, suchen manche Veredler auf diese Weise das stilliegende Kapital zu beschäftigen. Während hierdurch im allgemeinen der Wirkungskreis des Großhandels nur gelegentlich berührt wird, liegt das Schwergewicht bei der schon vor dem Kriege bestehenden Veredlungsanstalt Ulrich Gminder G. m. b. H., Reutlingen, die auch einen Spinnerei- und Webereibetrieb besitzt [128]), völlig auf dem direkten Verkauf. Seit einigen Jahren bemühte sich die Firma, die bisher nur für eigene Rechnung arbeitete, ihren Betrieb auch durch Lohnveredlungsaufträge zu beschäftigen.

Die fast ausnahmslos in der Vereinigung deutscher Stoffdruckereien, Berlin, zusammengeschlossenen Druckwarenfabriken beliefern zwar in geringem Umfange ebenfalls große Einzelhandelsunternehmungen, praktisch jedoch gehen 92 Prozent der gesamten Druckwarenlieferungen über den Druckwarengroßhandel [129]), dem durch ein im August 1928 mit dem Reichsverband des Baumwoll- und Leinenwarengroßhandels getroffenes Abkommen eine Vorzugsstellung vor allen übrigen Abnehmern eingeräumt wurde [130]). Im Druckwarengeschäft haben also, abgesehen von dem Vorgehen der großen Warenhauskonzerne [131]), die Ausschaltungsbestrebungen keinen Boden gewinnen können, und der Großhandel hat, nicht zuletzt dank der Unterstützung durch die Industrie, seine Stellung auf diesem Verteilungsgebiet im Wesentlichen behaupten können.

e. Beurteilung des Direktverkaufs.

Die Beurteilung des Direktverkaufs ist naturgemäß je nach Art der Unternehmungen verschieden.

Für den Großhandel bedeutet der Direktverkehr in jedem Falle eingeschränktes Tätigkeitsfeld, Schrumpfung der Umsätze,

---

128) Vgl. Landsberg, a. a. O., S. 52.
129) Vgl. Industrie- und Handelszeitung Nr. 230 vom 2. 10. 1929.
130) Siehe S. 106 ff.
131) Siehe S. 75.

höhere Kostensätze (da der Apparat dem kleineren Wirkungskreis nicht ohne weiteres angepaßt werden kann) und verminderte Leistungsfähigkeit.

Für die Industrie — ebenso wie für die Abnehmerschaft — ist Klarheit darüber notwendig, daß man zwar den Großhandel als selbständigen Träger der Funktionen ausschalten kann, daß aber dann die Großhandelsleistungen größtenteils von dem ausschaltenden Wirtschaftsgliede selbst übernommen werden müssen und hier ebenfalls Kosten verursachen.

Zunächst ist ganz allgemein zu sagen, daß das Fehlen des Großhandels der Spezialisierung im allgemeinen entgegenwirkt [132]) und die sich hierdurch ergebenden Produktionsvorteile nicht ausgenutzt werden können. Diese Gefahr der Produktionsverteuerung besteht vor allem bei denjenigen Unternehmungen, die sich nicht auf ausgesprochene Spezialartikel beschränken können, sondern ein größeres Sortiment führen müssen, um die Bedürfnisse der Kundschaft zu befriedigen. Bei den großen Konzernen liegen die Verhältnisse allerdings wesentlich günstiger. Diese Unternehmen sind breit genug basiert, daß sie sich in ihren einzelnen Betrieben scharf spezialisieren können. Die technischen Vorteile der Spezialisation vereinigen sich mit den in erster Linie auf kaufmännisch-organisatorischem Gebiete liegenden Vorteilen des Vertikalaufbaus, d. h. der ökonomischen Verminderung des Einkaufs- und Verkaufsgeschäfts zwecks Herabsetzung der Zwischengewinne, Verringerung des Transportwiderstandes, Einsparungen durch stetigeren und gleichmäßigeren Produktionsgang bei allerdings dann notwendiger großer Lagerhaltung.

Diese Vorteile müssen ferner groß genug sein, um auch die auf jeden Fall entstehenden hohen Kosten der erforderlichen Lager- und Verkaufsorganisation zu kompensieren. Auch hier sind die Verhältnisse bei den direkt liefernden größeren und mittleren Einzelunternehmen meist wesentlich ungünstiger gelagert als bei den Konzernen.

Abgesehen von der Frage der Produktionsverteuerung spitzt sich für die Industrie das Problem der Verdrängung oder Aufrechterhaltung des Großhandels auf die Frage zu, ob sie bereit ist, das Risiko der Vorratshaltung und der Finanzierung der Abnehmerschaft — je nach dem Kundenkreis auch der kleinen und kleinsten Firmen — zu tragen [133]). Insbesondere kann die Häu-

---

[132]) Ein charakteristisches Beispiel für die Notwendigkeit, die Produktion bei Übernahme der Handelsfunktionen vielseitig zu gestalten, sind die Vereinigten Textilwerke Wagner & Moras A.-G. (Siehe S. 64).

[133]) Soweit es sich um kleine Abnehmer handelt, wird der Direktverkauf meist nur von weniger leistungsfähigen Fabrikanten versucht. Nach Ansicht eines Großisten ist er beim Absatz an Betriebe mit weniger als 50 000 Jahresumsatz kaum lohnend. Vgl. Enquêteband Textilgroßhandel, a. a. O., S. 58.

fang der Risiken, die sich aus der Veränderung der Nachfrage und den Schwankungen der Rohstoffpreise ergeben, bei durchgehender Vertikalkonzentration (lange Produktionszeiten!) eine schwere Belastung darstellen, und es bedarf großen kaufmännischen Geschickes der Konzernleiter, um diese Verlustmöglichkeiten durch Terminsicherungen, vereinfachte Verwaltung, verbilligte Erzeugung u. a. m. völlig auszugleichen. Dazu kommt der Zug zur Bürokratisierung, der bei einem großen Konzernapparat stets naheliegt und die schnelle Anpassungsfähigkeit des Unternehmens an wechselnde Marktbedürfnisse gefährden kann. Bisher freilich sind die großen Konzerne diesen Gefahren aus dem Wege gegangen.

Manche andere Firmen jedoch haben in den letzten Jahren bitter spüren müssen, daß sie große Lager- und Kreditrisiken auf sich genommen hatten, ohne mit der Vermeidung von Verlusten auf diesem Gebiete voll vertraut zu sein. Hinzu treten die laufenden hohen Kosten für das große Warenlager und den Verkaufsapparat, deren Unterhaltung infolge der zersplitterten Bestellungen der Abnehmer und der Art ihrer den technischen Produktionsnotwendigkeiten nicht angepaßten Dispositionen nötig wird. Der Kleinversand zwingt zu vermehrter Expeditionsarbeit. Der Kapitalbedarf wird durch Lagerhaltung und langfristige Außenstände gesteigert, der Umlauf des Betriebskapitals verlangsamt, und letzten Endes ergibt sich oft, daß die Übernahme der Großhandelsfunktionen bei richtiger kalkulatorischer Berücksichtigung zum mindesten einen wesentlichen Teil der Großhandelsspanne wieder aufzehrt, die man erspart zu haben glaubte, und daß, normales Funktionieren des Großhandels vorausgesetzt, die wirtschaftlichen Vorteile seiner Verdrängung oft durch die Nachteile voll aufgewogen werden, selbst wenn man die günstige Wirkung, die der Ausgleich der Gegensätze zwischen händlerischen und industriellen Interessen innerhalb eines integrierten Unternehmens erzielt, gebührend berücksichtigt.

Als Symptom dafür mag u. a. auch die trotz der schon lange anhaltenden Krise immer noch bemerkenswert gesunde finanzielle Lage der Rohweberei gewertet werden, die überhaupt keine größere Zahlungseinstellung in den letzten Jahren zu verzeichnen gehabt hat, während von den mit händlerischen Funktionen belasteten Buntwebereien eine ganze Anzahl auch größerer Firmen [134]) zusammengebrochen ist.

---

[134]) Erwähnt sei z. B. die scharfe Sanierung der Meyer-Kauffmann Textilwerke A.-G., Wüstegiersdorf, einer der größten deutschen Buntwebereien. Ferner der Konkurs der Viersener A.-G. für Spinnerei und Weberei, Viersen. Weitere Beispiele sind der Zusammenbruch der Vereinigte Textilwerke Wagner & Moras A.-G., die Zahlungseinstellung der Firma Oscar Wolff Sohn, Lörrach, die Schwierigkeiten der Gebr. Großmann A.-G. u. a. m.

Ähnliches gilt auch für den beim Fabrikanten kaufenden Einzelhändler und Konfektionär. Die preislichen Vorteile des direkten Einkaufs werden oft zu fiktiven Größen, wenn man berücksichtigt, daß bei Ausschaltung des Großhandels die Industrie nur selten seine Funktionen vollkommen übernimmt, sondern mindestens einen Teil davon auf den Einzelhandel abzuschieben sucht. Das kommt zum Ausdruck vor allem in dem vermehrten Aufwand an Einkaufsarbeit, den die Vielzahl der durchzusehenden Fabrikantenkollektionen erfordert, in der notwendigen frühzeitigen Disposition vor allem für Modestoffe, in der vergrößerten Lagerhaltung, die auf die Liefermöglichkeiten der Industrie und die vorgeschriebenen Mindestquanten Rücksicht nehmen muß, und schließlich in der Zahlung von Verzugszinsen für Zielüberschreitungen, die beim Großhandel im allgemeinen wegfällt.

Wenn man all diesen vermehrten Aufwand an Arbeit, Kosten und Risiken miteinkalkulieren würde, so würde sich doch bei manchem Abnehmer herausstellen, daß sich der Großhandelsaufschlag durch die Vorteile, die der leistungsfähige Baumwollwarenausrüster zu bieten vermag, vollauf bezahlt macht. Richtiges Rechnen ist die unerläßliche Grundlage für jedes kaufmännische, nicht stimmungsmäßig beeinflußte Handeln. Wenn diese Erkenntnis auch anscheinend — wie aus vielen Äußerungen in der Fachpresse ersichtlich ist — unter der Verbraucherschaft im Wachsen begriffen ist [135]), so versperren sich doch weiteste Abnehmerkreise dieser Einsicht noch völlig und sind nach wie vor von der Vorstellung beherrscht, daß der Fabrikant unter allen Umständen leistungsfähiger sei als der Großhändler und Ausrüster. Sie bedenken auch nicht, daß schneller Umsatz für den Einzelhändler und Konfektionär oft viel wertvoller und wichtiger ist als die Erzielung des unbedingt billigsten Einkaufspreises, der doch nur bei langfristigen Aufträgen und bei Übernahme erheblicher finanzieller und konjunktureller Risiken erreichbar ist. Eine Rückgewinnung des verlorenen Terrains dürfte also für den Großhandel angesichts dieser Einstellung der Verbraucherschaft recht schwierig sein.

f. Der Umfang des Direktverkaufs.

Eine zahlenmäßige Schätzung des Umfanges des Direktverkehrs zwischen Fabrikanten und Abnehmerschaft des Baumwollwarengroßhandels stößt auf vorläufig noch unüberwindliche

---

[135]) So weist z. B. in der Textilwoche vom 30. 6. 1928 (Sondernummer Gemeinschaftseinkauf) ein Einzelhändler darauf hin, daß „zwischen den Preisen der Berliner Ausrüster und der süddeutschen Fabrikanten nur einige Pfennige Unterschied sind, die sich zudem durch Frachten und Zahlungsziele ausgleichen".

Schwierigkeiten, da einwandfreies Zahlenmaterial völlig fehlt. Die Industrie, die am ehesten hierüber Auskunft geben könnte, scheut sich wohl, die Abnehmergruppen über die Stärke ihrer Position aufzuklären. So kam auch der Enquêteausschuß nur zu ziemlich allgemein gehaltenen, doch immerhin interessanten Ergebnissen, die zeigen, wie weit die Ausschaltung des Großhandels gerade in der Textilbranche schon vorgeschritten ist. In den „Grundlagen der Handelsenquête“ [136]) heißt es über die Einkaufsformen des Textileinzelhandels:

„In der Gruppe Textilien allgemein wird die Frage nach den Lieferanten vorwiegend dahingehend beantwortet, daß alle oder fast alle Waren vom Fabrikanten bezogen werden. Die Prozentsätze schwanken zwischen 65 und 95 %. Der Großhandel wird ausnahmsweise für solche Waren herangezogen, die beim Fabrikanten nicht sofort greifbar sind. (Nachbestellungen während der Saison).“

Diese durch Fragebogen gewonnenen Meldungen der Einzelhändler, die übrigens den Bezug durch ihre Einkaufsverbände hierin mit einbeziehen, dürften aber stark übertrieben, jedenfalls für den gesamten Textileinzelhandel nicht repräsentativ sein. Bei den mündlichen Vernehmungen stellte sich nämlich oft eine große Abweichung von diesen schriftlichen Auskünften heraus. Viele Händler, die zunächst sagten, sie bezögen „alles“ oder „fast alles“ oder „95 % der Waren“ vom Fabrikanten, machten bei weiterer Nachfrage wesentliche Einschränkungen. Insgesamt kommt jedoch in den mündlichen und schriftlichen Erhebungen zweifellos eine starke Verschiebung der Einkaufsformen vom Großhändler zum Fabrikanten hin zum Ausdruck [137]), die sich in den letzten Krisenjahren noch verstärkt hat, da viele Fabrikanten infolge der geringen Beschäftigung ihrer Betriebe beim Einzelhandel Ersatz für die ausfallenden oder verringerten Aufträge des Großhandels

---

136) A. a. O., S. 127.

137) Vgl. z. B. Enquête über den Einzelhandel mit Bekleidung Bd. I, a. a. O., S. 246. „Die Firmen TB, TC, TD und TE haben vor dem Kriege einen wesentlichen Teil ihres Bedarfs besonders in Stoffen vom Großhändler bezogen, während sie jetzt im allgemeinen nur kleine Mengen vom Großhändler kaufen.“ Ähnliches wird von den Etagengeschäften des Textileinzelhandels berichtet (Einzelhandel mit Bekleidung, Bd. II, S. 71): „Die Firma A bezieht ihre Ware ausschließlich vom Fabrikanten. Die Firma B kauft sowohl von Fabrikanten wie von Großhändlern. C bezieht den gesamten Bedarf, D neun Zehntel aller Waren von Fabrikanten. Gegenüber der Vorkriegszeit hat die Bezugsart bei allen Firmen gewechselt. Sie haben vor dem Kriege mehr, z. T. sogar ausschließlich vom Großhandel bezogen . . . Vor dem Kriege wurde der Einzelhandel von den Fabrikanten direkt mit Schnittwaren nur in Ausnahmefällen beliefert.“ Meyer, a. a. O., S. 32 berichtet über die Änderung in der Absatzform einer Weberei, die hauptsächlich Hemdentuche herstellt, daß vor dem Kriege die ganze Produktion vom Großhandel aufgenommen wurde, 1926 nur noch 20 %, während 70 % der Produktion an die Bekleidungsindustrie ging und 10 % an den Einzelhandel.

suchen. Bei der Bekleidungsindustrie und dem Provinzgroßhandel ist die Ausschaltung des Baumwollwarengroßhandels wohl in noch größerem Maße vorgeschritten als beim Einzelhandel. Nur in Druckwaren — das hebt auch der Enquêtebericht hervor[138]) — bleiben selbst die großen Firmen auf den Großisten angewiesen.

3. Die Ausschaltungsbestrebungen seitens der Waren- und Kaufhauskonzerne.

a. Allgemeines.

Die Konzentrations- und Integrationsbewegung innerhalb der Industrie ist nur die eine Reihe der bei der Ausschaltung wirksamen Kräfte. Der Druck, der von Seiten der auch im Einzelhandel entstandenen großen Organisationskomplexe auf die Existenzgrundlagen des Großhandels ausgeübt wurde, war nicht minder stark. Es handelt sich hierbei hauptsächlich um die Waren- und Kaufhauskonzerne, sowie um die Einkaufsvereinigungen und -verbände des Textileinzelhandels. Beide Arten der Einkaufsorganisation gehen zuweilen ineinander über, indem z. B. Kaufhauskonzerne und Einkaufsverband oder auch mehrere Warenhauskonzerne sich zwecks gemeinsamen Einkaufs zusammenfinden. Es ist aber zweckmäßig, beide Gruppierungen getrennt zu halten, da sie sich in ihrem Wesen und auch in ihrem Mitgliedskreis im allgemeinen grundsätzlich voneinander unterscheiden.

Das Vordringen der Warenhäuser, die schon vor dem Kriege einen beträchtlichen Teil ihres Baumwollwarenbedarfs beim Fabrikanten deckten, bzw. selbst ausrüsteten und oft größere Aufträge erteilen konnten als selbst bedeutende Großhandelsfirmen, hat sich nach dem Kriege noch bedeutend verstärkt. Ständige Expansion und Konzentration bis in die letzten Jahre hinein haben ihnen eine ungeheure Einkaufsmacht verschafft, für die der Großhandel als Lieferant kaum noch in Betracht kommt. Diese gewaltige Akkumulation des Warenbedarfs, die vor allem bei den fünf großen Warenhauskonzernen Karstadt, Leonhard Tietz, Hermann Tietz, Wertheim und Gebr. Fried & Alsberg in Erscheinung tritt, ist nicht lediglich durch Fusionen und Beteiligungen erreicht worden, sondern in neuerer Zeit vor allem durch das System der Anschlußkunden, die sich mit ihrem Einkaufsbedarf an die Warenhauszentrale oder an eine eigens von dem Warenhaus hierfür gegründete Einkaufsgesellschaft anschließen. Auch mittlere und kleine Warenhäuser können auf diesem Wege die mannigfachen, vor allem die preislichen Vorteile des Großeinkaufs erzielen. Für den Großhandel wurde die Expansion gerade durch diesen Über-

---

[138]) Vgl. Grundlagen der Handelsenquête, S. 132.

gang der Warenhäuser zum Engros-Geschäft und ihr Eindringen in die eigentliche Domäne des Großhandels so gefährlich, weil ihm eine ganze Anzahl bedeutender und zahlungskräftiger Abnehmer als Kunden verloren ging.

b. Die Waren- und Kaufhauskonzerne.

Die Bedeutung, die das Geschäft mit den Anschlußunternehmungen (das sich auf das Gebiet der Textilwaren beschränkt) gewonnen hat, möge durch einige Beispiele illustriert werden:

Die Umsätze der neuen Einkaufszentralen und der Fabrikationsbetriebe des Karstadtkonzerns (89 Filialbetriebe) mit 46 angeschlossenen fremden Kaufhäusern (zumeist in kleinen Städten) betrug 1928/29 39 774 875 Mark [139]).

Auch die Einkaufshäuser von Leonhard Tietz (35 Filialen) sind teilweise zu Engros-Unternehmungen ausgebaut worden. Die Umsätze mit fremden Firmen betrugen 1929 incl. Export 47 Millionen Mark.

Die Firma Gebr. Fried & Alsberg G. m. b. H. wurde als Großhandelsfirma zu Einkaufszwecken von dem Warenhauskonzern Gebr. Alsberg A.-G. gegründet. Sie steht in Interessengemeinschaft mit der Alsberg-Eteg Konzern A.-G. (80 Mitglieder), Köln [140]), die aus der Elberfelder Textilhandels A.-G. (Eteg) entstanden ist. Der Umsatz dieser Interessengemeinschaft betrug 1928 200 Millionen Mark [141]).

Der Warenhauskonzern Hermann Tietz beliefert 19 Filialen und über 20 Anschlußhäuser, während sich die Firma Wertheim mehr auf das Eigengeschäft beschränkt.

Einen noch größeren Umfang nimmt die Bedarfszusammenfassung dort an, wo sich Warenhauskonzerne auch ihrerseits wieder zu einer Einkaufsgemeinschaft zusammenschließen. Ein solches Abkommen wurde z. B. von der Leonhard Tietz A.-G. mit der Gebr. Alsberg A.-G. [142]) und der Emil Köster A.-G. (Bekleidungsgesellschaft für deutsche Beamte) getroffen.

Insgesamt bestehen außer einigen Filialunternehmungen des Teilzahlungsfachs 25 Waren- und Kaufhauskonzerne [143]), die auch Baumwollwaren in ihrem Warenkreis führen. Darunter dürfte kaum einer sein, der diese Artikel vom Großhändler bezieht, sondern, sofern der Bedarf nicht durch eigene Fabrikationsbetriebe

---

139) Vgl. Salings Börsen-Jahrbuch 1930/31.

140) Vgl. Textilzeitung vom 6. 1. 1931.

141) Vgl. Schreiterer, a. a. O., S. 27.

142) Vgl. Frankfurter Zeitung vom 4. 5. 1929, I. Morgenblatt.

143) Vgl. den Katalog über Warenkonzerne und Einkaufsverbände im Textileinzelhandel (Materialsammlung) a. a. O.

gedeckt wird (Karstadt besitzt z. B. eine Spinnweberei und eine Buntweberei), werden die Baumwollwaren größtenteils selbst ausgerüstet oder direkt beim Fabrikanten gekauft.

Auch für Druckwaren kommt der Großhandel als Lieferant heute nur noch ausnahmsweise in Frage. Ein Sachverständiger erklärte hierzu vor dem Enquêteausschuß (Selbständiger Großhandel mit Textilien, S. 248):

„Der Großist genoß bis 1926 den vollen Schutz der Stoffdruckereien. Infolge der Rückgänge des Umsatzes bei den Großisten sahen sich die Stoffdruckereien im Herbst 1926 genötigt, an die Warenhauskonzerne direkt heranzutreten, wodurch in unserer Abnehmerschaft eine große Verschiebung eingetreten ist. Wir konnten bis zu dem genannten Zeitpunkte noch mit zahlreichen Großabnehmern arbeiten, sind aber seit der direkten Belieferung hierzu nur noch in beschränktem Umfange in der Lage."

Später wurde den fünf großen Warenhauskonzernen ihre Großistenfunktion noch ausdrücklich bestätigt, als sie auf ihren Druck hin in das Vorzugsabkommen zwischen dem Reichsverband des Baumwoll- und Leinenwarengroßhandels und der Vereinigung deutscher Stoffdruckereien miteinbezogen wurden[144]). Die Vergünstigungen dieses Abkommens, insbesondere den Großhandelsbonus lassen die Warenhauskonzerne großenteils ihrer Anschlußkundschaft zugute kommen, die also genau so günstig kauft wie der Großhandel und gegenüber der Großhandelskundschaft, dem unabhängigen Einzelhandel, nicht unerhebliche Einkaufsvorteile aufweisen kann.

c. Der Umfang der Ausschaltung.

Welche Umsätze infolge dieser Zusammenballung des Textilbedarfs bei den großen Konzernen unter Ausschluß des Großhandels getätigt werden, mögen folgende Zahlen veranschaulichen:

Die Gesamtumsätze des Textileinzelhandels betrugen nach Hirsch[145]) 1927 ca. 9,4 Milliarden Mark. (Verkaufswert).

Nach gleicher Schätzung[146]) stieg der gesamte Warenhausumsatz von 500—600 Millionen Mark 1913 auf rund 1 130 Millionen Mark 1925 und 1 600 Millionen Mark im Jahre 1930. Der Anteil der vier Großwarenhäuser hieran — ohne den Einkaufskonzern Gebr. Fried & Alsberg G. m. b. H. — stieg von einem Drittel 1913 auf rund zwei Drittel 1930. Der Anteil der Warenhäuser an dem Absatz der einzelnen Warenarten ist sehr verschieden. Daß sie

---

[144]) Näheres über die Auswirkung und spätere Umgestaltung des Abkommens siehe S. 106, 107.

[145]) In der Zeitschrift für Textilwirtschaft Nr. 5, Jahrg. 1930.

[146]) In den Mitteilungen der Forschungsstelle für den Handel. Jahrg. 2 Nr. 3. („Der Anteil der Warenhäuser an der Warenversorgung der Bevölkerung.")

sich aus dem Textilwaren-Bazar entwickelt haben, ist aber noch deutlich zu erkennen, da 1928 noch 51.9 Prozent der Umsätze auf Bekleidungsgegenstände aller Art (ohne Schuhe) entfielen [147]). Den Hauptanteil hieran hat die Großkonfektion mit 15.9 Prozent, während der übrige Teil sich zusammensetzt aus dem Umsatz an Trikotagen und Strümpfen, Herren- und Damenwäsche, Damenputz, Teppichen, Kleiderstoffen usw. und Baumwollwaren. Genaue Ziffern für den Baumwollwarenumsatz liegen nicht vor, doch dürfte er zweifellos beträchtlich sein, da die Warenhäuser hierin ein bedeutendes Geschäft machen. —

Über die Art des Einkaufs der Warenhäuser findet man in den „Grundlagen der Handelsenquête" [148]) folgende Aufschlüsse: Bei den fünf Warenhausgroßkonzernen liegt der Prozentsatz des direkten Einkaufs zwischen 75 und 95 Prozent. Bei zehn anderen Unternehmen in der Umsatzklasse von 2 bis 5 Millionen Mark liegen die Sätze zwischen 40 und 90 Prozent, und zwar ist bei zweien hiervon, die auch die Ziffern für das Jahr 1913 angeben, der Anteil des Direktbezuges von 50 Prozent im Jahre 1913 auf 75 Prozent im Jahre 1926 bzw. von 50 auf 80 Prozent gestiegen. In der Umsatzklasse von 1 bis 2 Millionen Mark berichteten vier Unternehmen auch für 1913, und zwar stieg der Anteil des Direktbezuges in diesen Fällen von 50 Prozent auf 80 Prozent, von 60 Prozent auf 75 Prozent, von 75 Prozent auf 85 Prozent, und nur in einem Falle sank er von 75 Prozent auf 60 Prozent. Bei den kleineren Warenhäusern ist der Prozentsatz zuweilen geringer, liegt aber auch häufig zwischen 70 und 90 Prozent. In einem Fall steigt der Anteil des Direktbezuges von 15 Prozent vor dem Krieg auf 50 Prozent, ein andermal von 20 auf 50 Prozent. Insgesamt lassen die Zahlen nicht nur erkennen, daß sich der Direktbezug gegenüber früher bedeutend vermehrt hat, sondern auch, daß der prozentuale Anteil mit der Größe der Unternehmungen steigt. Wohlgemerkt ist die Grundlage für diese Angaben der Gesamtwarenumsatz. Für Textilwaren und speziell für Baumwollwaren dürfte praktisch der Großhändler und Ausrüster als Lieferant zum mindesten bei den Warenhauskonzernen vollkommen ausgeschaltet sein. Selbst als Aushilfsquelle wird der Großhandel kaum noch in Frage kommen, denn die Lagervorräte, vor allem in den gängigen Stapelwaren, sind groß und können laufend bei der Einkaufszentrale aufgefüllt werden.

---

147) Ebenfalls nach den F. f. H.-Mitteilungen.
148) a. a. O., S. 127, 205 ff.

d. Beurteilung der Warenhäuser hinsichtlich der Großhandelsfunktionen.

Die gewaltig steigende Einkaufsmacht und finanzielle Erstarkung der Warenhauskonzerne hat nicht nur dem Großhandel durch große Umsatzverluste und die Schwächung der ihm verbliebenen Einzelhandelskundschaft schweren Schaden gebracht, sondern auch in Fabrikantenkreisen wird über die Unzuträglichkeiten geklagt, die der Versuch der Warenhäuser, ihnen wesensfremde Großhändlerfunktionen zu übernehmen, für die Industrie mit sich gebracht hat.

Ein führender deutscher Baumwollweber z. B. weist darauf hin[149]), daß die wesentlichsten Großisten-Aufgaben von den Warenhäusern nur unvollkommen erfüllt werden:

„Von dem Warenhaus hat die Industrie bisher Anregungen und Ratschläge bezgl. Fabrikation und Musterung kaum erhalten, und wenn sie erteilt wurden, so entsprangen sie egoistischen Motiven, nämlich um einen anderen Fabrikanten, der einen gangbaren Artikel fabriziert, aus dem Geschäft zu bringen."

Und weiter:

„Das Warenhaus gibt (im Gegensatz zum Großhandel) wesentlich kleinere Saisondispositionen, die fabrikationstechnisch überhaupt unbrauchbar sind.. Seine wesentlich kleinere Stammorder teilt es noch in unzählige kleine Spezialdispositionen auf, die einen umfangreichen Versandapparat und kaufmännischen Apparat bedingen. Auch die Abrechnung erfolgt nicht bei allen Warenhäusern zentral."

Besonders heftig wird über die Submissionen geklagt. „Die Produktion kann nicht mehr verkaufen, sondern sie wird gekauft"[150]), infolge der völligen Versachlichung des Einkaufsgeschäfts und der Ausschaltung der persönlichen Verkaufstüchtigkeit der Fabrikanten. „Der Großhandel besaß eine außerordentliche Kundentreue und gab dem Fabrikanten . . . . zunächst eine Chance, in Konkurrenzpreise einzutreten, falls billigere Offerten im Markt waren"[151]). Bei der Submission dagegen erfährt der Fabrikant nur, ob er durchgefallen oder angenommen ist, nie aber ein Wort über die Konkurrenzpreise und die Höhe der Differenz. Es ist aber wenig nützlich für einen Weber, in einem Jahr beispielsweise 25 Prozent der Erzeugung an einen einzigen Kunden abzusetzen, wenn er damit rechnen muß, daß im nächsten Jahr eine ganz geringe Unterbietung durch die Konkurrenz dazu führen kann, daß der Kunde überhaupt nichts von ihm kauft.

Auch das wirtschaftliche Übergewicht der Warenhäuser ist für den Industriellen gefährlich. Ihre Einkaufskraft ist größer als

---

[149]) Textilwoche vom 27. 2. 1931.
[150]) Textilzeitung vom 19. 7. 1930.
[151]) Textilwoche vom 27. 2. 1931.

seine Verkaufskraft, sodaß er — darüber wird von den Webereien immer wieder geklagt — stets nur sehr gedrückte Preise erzielen kann.

Andrerseits steht dem natürlich gegenüber, daß diese Bedarfskonzentration großen Stils mit Aufträgen, die in ihrem Umfang vielfach die des Großhandels übertreffen, und vor allem die unzweifelhafte Zahlungsfähigkeit der Warenhauskonzerne auch dem Fabrikanten mancherlei Vorteile bieten. Aber immerhin hat, wie aus den vorstehenden Zitaten, die beliebig erweitert werden können, hervorgeht, auch der Fabrikant auf Grund seiner Erfahrungen erkannt, daß der Anspruch der Warenhäuser, die volkswirtschaftlichen Aufgaben und Leistungen des Großhandels in vollem Umfange zu erfüllen, nur sehr cum grano salis gerechtfertigt ist und daß sie die Bedeutung eines gesunden, leistungsfähigen Großhandels für die Produktion nicht ersetzen können [152]).

4. *Die Ausschaltungsbestrebungen seitens der Einkaufsvereinigungen des Textileinzelhandels.*

a. Wesen und Ziele der Einkaufsverbände.

Eine noch größere Bedeutung für den Baumwollwarengroßhandel haben wahrscheinlich die Ausschaltungsbestrebungen des Einzelhandels durch die Einkaufsgemeinschaften sowohl hinsichtlich der absoluten Höhe der Umsätze als auch besonders hinsichtlich der Wandlung, die sich hier seit dem Kriege vollzogen hat.

Die Einkaufsverbände sind Organisationen von Detaillisten meist mittlerer Kapitalkraft, die sich zum Zwecke gemeinschaftlicher Warenbeschaffung in irgend einer Form zusammenfinden [153]). Von den z. Z. im Textileinzelhandel bestehenden 62 Einkaufsvereinigungen, Einkaufsgemeinschaften, Einkaufsverbänden, oder wie immer sie sich nennen mögen, bestanden ca. 13

---

[152]) Die Eigenproduktion der Warenhäuser spielt entgegen weitverbreiteten Anschauungen nur noch eine geringe Rolle. Bei dem Karstadtkonzern, der ja neuerdings einen großen Teil seiner Fabrikationsbetriebe aufgegeben hat oder zu liquidieren versucht, hat sich mit besonderer Deutlichkeit erwiesen, welch schwere Belastung und Hemmung der freien Beweglichkeit die eigene Fabrikation für das Warenhaus wie für jeden Handelsbetrieb darstellt, und daß die Vertikalkonzentration im Handel verfehlt und grundsätzlich abzulehnen ist. Wenn Karstadt seine beiden Webereien vorläufig noch weiterführt, so geschieht das nicht zuletzt deshalb, weil eine Liquidation dieser Interessen zur Zeit nur unter großen Verlusten möglich wäre. (Vgl. Textilwoche vom 27. 2. 1931.) Die eigene Rohwarenausrüstung der Warenhäuser blieb jedoch von dieser Entwicklung unberührt.

[153]) Van Norden, a. a. O., S. 176.

schon in der Vorkriegszeit [154]), ungefähr die gleiche Anzahl bildete sich in der Inflationszeit, der größere Teil aber auch in der Periode nach der Stabilisierung [155]). Noch in den letzten drei Jahren sind zehn Verbände hinzugekommen [156]).

Den Anlaß zum Zusammenschluß gab in erster Linie der Aufschwung der Warenhäuser als machtvolle Konkurrenten der kleinen und mittleren Textilgeschäfte. Die Einzelhändler erkannten die Vorteile, die die Einkaufsorganisation des Warenhauses — geschlossene Erteilung von Großaufträgen, Barzahlungsprinzip usw. — mit sich brachte, und suchten die Konkurrenzbedingungen gegenüber den Warenhäusern zu verbessern, indem sie durch Zusammenlegung ihres Bedarfs ebenfalls beim Fabrikanten große Abschlüsse machten, Einkaufsvorteile durch günstigere Bedingungen und Preise erzielten und so die Vorzüge des Großbetriebs auf den Kleinbetrieb übertrugen.

In der Nachkriegszeit wurde die ständige Ausdehnung der Einkaufsverbände aufs Stärkste gefördert einmal durch die allgemeinen Verhältnisse in der Inflation — geminderte Risiken, Umlagerung der Großhandelsfunktionen, Zug zum Direktverkehr [157]) — und die generellen, die Ausschaltung des Großhandels begünstigenden Faktoren [158]), zum andern durch die Besorgnis vor der gewaltig gesteigerten Einkaufsmacht und Konkurrenz der Warenhauskonzentrationen. Ursprünglich sind also die Bestrebungen der Einkaufsverbände, wie wir sehen, nicht unmittelbar gegen die Existenz des Großhandels gerichtet, und es handelt sich, worauf Schreiterer mit Recht hinweist, weniger um die Durchführung des Betriebsprinzips des direkten Einkaufs, als um das des Großeinkaufs, „aber der natürliche Weg zum Erfolge der Gemeinschaftsbeschaffung geht über die Ausschaltung des Großisten und den unmittelbaren, direkten Einkauf“ [159]).

Die Zusammenschlüsse sind bis auf wenige, allen gemeinsame Merkmale, wie Einheitlichkeit des Zwecks, des Geschäftszweiges und Beibehaltung der Selbständigkeit der Mitglieder gekennzeichnet durch große Unterschiedlichkeiten hinsichtlich der Träger, der Größe und Formen, der Warenkreise und der Geschäftsstruktur. Aus dem nachstehenden kurzen Überblick hierüber, der nicht beansprucht, die vielfältigen Einzelheiten erschöp-

---

154) Auch Landauer, a. a. O., S. 108, weist schon auf sie hin.

155) Die genauen Gründungsjahre ließen sich nicht feststellen. Vgl. Wiegel, a. a. O., S. 52.

156) Vgl. den von der Textilwoche herausgegebenen Katalog der Einkaufsvereinigungen. Auflage 1931 mit der Auflage von 1929.

157) Siehe S. 35 ff.

158) Siehe S. 37 ff.

159) Schreiterer, a. a. O., S. 124.

fend darzulegen [180], soll sich die Bedeutung der Einkaufsgemeinschaften für den Baumwollwarengroßhandel herausheben.

b. Die Träger des Gemeinschaftseinkaufs.

Die hauptsächlichen Träger des Gemeinschaftseinkaufs sind die mittleren und kleinen Manufakturisten und Kaufhäuser mit Umsätzen von etwa 75 000 bis 400 000 Mark. Diese Gruppierungen mit durchschnittlich jeweils einigen hundert Mitgliedern [181] sind am häufigsten anzutreffen. Daneben haben sich jedoch auch viele größere Unternehmen mit Umsätzen bis zu mehreren Millionen Mark zusammengeschlossen, um ebenfalls hierdurch ihre Leistungsfähigkeit zu erhöhen und den Vorsprung der großen Warenhaus-konzerne einzuholen. Diese Einkaufsverbände zählen meist bedeutend weniger — etwa acht bis vierzig — Mitglieder. Die Bedeutung der Vereinigungen ist also keineswegs abhängig von der Mitgliederzahl [182]; gerade die Zusammenschlüsse der Großunternehmen zeigen eine besondere Leistungskraft (auch in finanzieller Beziehung [183]), die sich in der ganzen Art der Geschäftsführung und in den Umsätzen äußert. Für den Großhandel sind sie allerdings, obwohl ihm auch durch sie bedeutende Umsätze entgehen, um deswillen von geringerer Bedeutung, weil diese großen Firmen vielfach schon vorher unter Umgehung beim Fabrikanten direkt gekauft haben, während viele der kleineren Abnehmer erst durch den Zusammenschluß in der Lage waren, den Direktverkehr aufzunehmen.

c. Der Warenkreis der Einkaufsverbände.

Auch der Warenkreis der einzelnen Verbände variiert teilweise erheblich. Während einige ihr Tätigkeitsfeld lediglich auf einige Spezialartikel beschränken (Herrenartikel, Damenputz, Teppiche usw.), handeln die meisten Einkaufsvereinigungen (und

---

[180] Ich verweise dieserhalb auf die eingehende und instruktive Arbeit von Schreiterer über die Gemeinschaftsbeschaffung im Textileinzelhandel, an dessen Darstellung sich die nachstehenden Ausführungen mehrfach anlehnen.

[181] Vielfach, meist bei unbedeutenden Spezialverbänden (z. B. für Herrenartikel), aber auch erheblich weniger. Wiegel, a. a. O., S. 104, führt Verbände von 8 bis 700 Mitgliedern an. Der Katalog der Textilwoche verzeichnet Mitgliederzahlen von 7 bis 500. Die Zahlen fluktuieren im übrigen natürlich.

[182] Vgl. auch die Umsatzzusammenstellung bei Schreiterer, a. a. O., S. 25.

[183] Kapitalien von mehreren 100 000 Mark bis über 1 Million stehen andere bis herunter zu einigen 1 000 Mark gegenüber. Einige lose Vereinigungen haben gar kein Kapital. Vgl. Schreiterer, a. a. O., S. 57.

zwar die bedeutenderen) mit einem größeren Kreis oder sämtlichen Textilwaren. Manufakturwaren, darunter also auch Baumwoll- und Leinenwaren sind neben Strumpf- und Wirkwaren, Kurzwaren, Weiß- und Wollwaren am häufigsten zu finden. Von 52 Einkaufsverbänden betätigen sich lt. dem Einkaufsverbandskatalog der Textilwoche 41 u. a. im Einkauf von Baumwollwaren, die einen beträchtlichen Anteil am Gesamtumsatz ausmachen. Und zwar handelt es sich hierbei weniger um Mode-Druckware, als vielmehr um ausgesprochene Stapelware, die für den Gemeinschaftseinkauf besonders geeignet ist, weil sie die hauptsächlichen Voraussetzungen dafür [164]), nämlich Zusammenballung einheitlichen Massenbedarfs, Konzentration auf einzelne Muster und Qualitäten, sowie Übereinstimmung der Hauptverkaufspreislagen der Mitgliedsfirmen, in hohem Maße erfüllen und nicht so leicht schnell wechselnden Geschmacks- und Moderichtungen ausgesetzt sind. Darüber hinaus wird die Einheitlichkeit des Warenbedarfs der Mitglieder auch dadurch zu gewährleisten gesucht, daß man möglichst einheitliche Betriebsgrößen (auf Grund der Umsätze) und Betriebsarten (Spezialgeschäfte — Kaufhäuser) mit einheitlichem Kundenkreis in den Verbänden zusammenfaßt und teilweise auch eine regionale Begrenzung des Mitgliederkreises vornimmt.

d. Rechtsformen und Bindungsintensität.

Ebenso verschieden wie die Rechtsformen der Zusammenschlüsse, unter denen am häufigsten die G. m. b. H. und die eingetragene Genossenschaft m. b. H., dann auch die Aktiengesellschaft zu finden sind [165]), ist der Grad der Bindungsintensität der Mitglieder an ihren Einkaufsverband. Zwar wird die wirtschaftliche Selbständigkeit der Mitgliedsfirmen in keiner Weise angetastet, aber es bestehen doch, wenigstens in den festeren Zusammenschlußformen vielfach bestimmte Verpflichtungen, z. B. Festlegung eines mit der Zentrale zu tätigenden Mindestumsatzes oder der Zwang, Lagerware in bestimmten Mengen abzunehmen [166]). Dieser direkte Kaufzwang wird ergänzt durch indirekten Kaufzwang, d. h. verpflichtende Bestimmungen über Kapitaleinzahlung, Haftung für erteilte Aufträge, Beitragszahlung usw. Das Maß der Bindung ist abhängig von dem wirtschaftlichen Charakter der Zusammen-

---

[164]) Vgl. Schreiterer, a. a. O., S. 37.

[165]) Näheres bei Wiegel, a. a. O., S. 50. Ihrem wirtschaftlichen Charakter nach sind die Einkaufsvereinigungen jedoch Genossenschaften, worauf Schreiterer, a. a. O., S. 66, richtig hinweist. Sie sind, wie er unter Benutzung der Liefmannschen Terminologie ausführt, „in keinem Falle selbständige Erwerbswirtschaften sondern ‚Förderungswirtschaften'".

[166]) Vgl. Artikel Bernhard über die Einkaufsverbände im Magazin der Wirtschaft, III. Jahrg., S. 1567.

schlußformen und der Art der Durchführung der Gemeinschaftsbeschaffung, die angesichts der verschiedenartigen Geschäftsstruktur im Textileinzelhandel erheblich variiert.

e. Die Arten der Einkaufsverbände.

Hinsichtlich des Umfanges ihrer Aufgabenkreise kann man die Einkaufsvereinigungen einteilen in

1. Auftragsvermittlungs- und Sammelstellen,
2. Abschluß- und Abwicklungsstellen,
3. Verbände mit Eigengeschäft,
4. Verbände mit eigener Ausrüstung und Produktion,

wobei man sich darüber im Klaren sein muß, daß es mannigfache Zwischenformen dieser Idealtypen gibt.

Wesentlich für die erste Art der Durchführung ist, daß der Einkaufsverband die einzelnen Mitgliedsaufträge auf Grund von Submissionen, Musterausstellungen und Einkaufstagungen usw. einsammelt und sie namens der Mitglieder in möglichst geschlossenen Posten an den Fabrikanten weiterleitet. Es kommt ihnen meist nur auf eine Rabattierung der Sammelaufträge durch den Lieferanten an. („Rabattierungsgesellschaft") [167]. Lieferung und Zahlung erfolgen meist nicht an bzw. durch den Verband, sondern direkt, wenn auch teilweise unter dessen Kontrolle oder sogar unter Übernahme des Delkrederes durch die Einkaufsstelle.

Auch im zweiten Falle sind die Einkaufsverbände lediglich ausführendes Organ der Mitglieder und erteilen Aufträge nicht auf eigenes Risiko sondern nur auf Grund vorheriger Bestellung, jedoch im eigenen Namen (Einkaufs-Kommissionär). Die Durchführung der Gemeinschaftsbeschaffung ist stärker zentralisiert, indem die Verrechnung, vielfach auch die Verteilung der geschlossen gelieferten Warenposten durch den Verband erfolgt. Durch prompte Zahlung und den Wegfall des Kreditrisikos bieten sie dem Fabrikanten wesentliche wirtschaftliche Vorteile.

Je mehr sich die Einkaufsvereinigung zu der Einkaufszentrale entwickelt, die einen großen Teil des gesamten Einkaufs der Händler vereinigt, desto notwendiger wird eine Erweiterung des Aufgabenkreises. Für die gemeinsam bezogenen Waren, die von den Mitgliedern noch nicht benötigt werden, wird ein eigenes Lager erforderlich. Daraus entwickelt sich zwangsläufig — denn der Einkauf auf Grund vorheriger Verständigung ist bei großem Umfang des Geschäfts zu umständlich — das selbständige Auftreten des Einkaufsverbandes auf dem Markt als Käufer für eigene Rechnung und auf eigenes Risiko. Erst dadurch können die Vor-

[167] Vgl. Schreiterer, a. a. O., S. 68, 100.

teile des Großeinkaufs beim Fabrikanten ausgeschöpft und gleichzeitig die Vorteile des Großhandelsbezuges hinsichtlich Lagerhaltung und Sortierung für die Mitglieder nutzbar gemacht werden. Freilich bringt das Eigengeschäft trotz des festen Abnehmerkreises eine beträchtliche Erhöhung der Risiken und Kosten, die den Vorteil des Großeinkaufs im Einzelfalle stark herabmindern kann. Auch an die Kapitalausstattung werden größere Ansprüche gestellt.

Das ist in noch höherem Maße der Fall bei den Einkaufsverbänden, die das „Propregeschäft" auch auf die Ausrüstung von Rohwaren (in einzelnen Fällen auch auf die eigene Konfektionierung) ausdehnen, wozu wahrscheinlich der Typencharakter und die Gleichförmigkeit der einzelnen Rohgewebe besonders anreizen. Die Verlustmöglichkeiten beim Ausrüstungsgeschäft sind für den Einkaufsverband nicht geringer als für den Großhändler, sodaß es fraglich erscheint, ob sie durch die Preisvorteile der eigenen Ausrüstung immer kompensiert werden können. —

Im übrigen stimmen die Einkaufsvereinigungen in zwei Grundsätzen überein, so verschieden Aufbau und Arbeitsweise sonst auch sein mögen:

1. Längere Kreditierung der Warenbezüge wird von den Einkaufsverbänden grundsätzlich abgelehnt. Nur erstklassige, solvente Firmen, die spätestens nach zwei bis vier Wochen zahlen können, kommen im allgemeinen als Mitglieder in Frage [168]).
2. Nur ein Teil des Warenbedarfs unter Bevorzugung von Stapelwaren (wobei Baumwollwaren mit an der Spitze stehen), wird gedeckt, eine größere oder kleinere Quote dem individuellen Einkauf überlassen. —

f. Funktionen und wirtschaftliche Bedeutung der Einkaufsverbände.

Die Bedeutung der Gemeinschaftsbeschaffung für den Baumwollwarengroßhandel, bzw. den Textilgroßhandel, generell, ist abhängig von dem Umfang, in dem die Großhandelsfunktionen von den Einkaufsvereinigungen übernommen werden.

Diejenigen Einkaufsverbände, die sich auf Auswahl der Kollektionen, Sammlungen, getrennt erteilte Aufträge und evtl. Leitung des Zahlungsverkehrs und Warenverteilung beschränken (Gruppe 1 und 2), übernehmen damit nur einen — mitunter sehr geringen — Teil der Aufgaben des Großhändlers gegenüber der Produktion und Abnehmerschaft. Der größere Teil der Groß-

[168]) Vgl. van Norden, a. a. O., S. 148, Magazin der Wirtschaft, III. Jahrg., S. 1567. Über einzelne Ausnahmen Schreiterer, a. a. O., S. 101.

handelsleistungen muß vom Fabrikanten übernommen werden. Die Risiken der Vorausproduktion verbleiben dem Weber, da die übrigen Voraussetzungen: kontinuierliche Beschäftigung, r e g e l m ä ß i g e r Großeinkauf und Frühdisposition fehlen, oder doch nur in beschränktem Maße gegeben sind, und die Bedarfsschwankungen von den Einkaufsvereinigungen unmittelbar an die Industrie weitergegeben werden. Anregung der Produktion hinsichtlich Musterung und Mode fehlt. Die Lagerhaltung und ihre Risiken sind größtenteils auf den Fabrikanten abgewälzt, zum kleineren Teil müssen sie vom Verbandsmitglied übernommen werden. Für die Absatzerweiterung kommt der Einkaufsverband kaum in Betracht. Dagegen fällt für die Industrie das Kreditrisiko meist fort und die Finanzierung durch prompte Bezahlung wird erleichtert. Die Großhandelsleistungen gegenüber der Abnehmerschaft hinsichtlich Lagerhaltung, Modeauswahl und -anregung, Kreditgewährung und Ersparung von Betriebskapital fallen völlig weg. Die Sortimentsfunktion ist beschränkt vorhanden (Musterausstellungen). Es bleibt der Preisausgleich bzw. Preisvorteil des Großeinkaufs, von dem später zu sprechen sein wird.

Wirtschaftlich gesehen sind also Einkaufsvereinigungen dieser Art keine Großisten, sondern lediglich gemeinsame Einkaufsbüros mehrerer Firmen, denn die wichtigste Eigenschaft des Großhändlers: Risikobereitschaft fehlt. Sie vermögen seine Leistungen keineswegs zu ersetzen und sind, zumal wo sie dem Fabrikanten den Warenversand an die einzelnen Mitglieder überlassen, nicht so organisiert, daß der Zusammenschluß für diesen eine wesentliche Arbeits- und Risikoentlastung gegenüber dem Einzelverkauf bedeutet. Ihr Geschäftsverkehr mit der Industrie unterliegt daher im allgemeinen und mit einigen Abänderungen der gleichen Beurteilung wie der „Direktverkehr" überhaupt [169]).

Anders ist es bei denjenigen Einkaufsverbänden, die auf eigenes Risiko kaufen, zur Lagerhaltung wenigstens für einen (größeren) Teil ihres Warenkreises übergehen und dadurch für dieses Sortiment zu ausgesprochenen Großhändlern werden [170]),

[169]) Ein Textilindustrieller äußerte sich hierzu vor dem Enquêteausschuß (Bd. Textilindustrie, a. a. O., S. 44) folgendermaßen: „Die E. V. hat niemals den Charakter des Großhändlers, weil sie nicht auf eigenes Risiko disponiert. Erst die Disposition eines seriösen Bestellers gibt dem Fabrikanten die Möglichkeit einer wirtschaftlichen Herstellung seiner Ware. Die Aufträge der E. V. sind mehr oder weniger künstlich zusammengestellt und geben dem Fabrikanten nicht die gleichen Vorteile wie ein geschlossener Auftrag eines Großhändlers".

[170]) Was teilweise auch schon im Firmennamen zum Ausdruck kommt. Z. B. „Grohag" Großhandelsgesellschaft m. b. H., Leipzig, (einer der größten Einkaufsverbände), Textilgroßhandels-A.-G. „Texag", Berlin, usw. Manche Einkaufsverbände haben sich für das Großhandelsgeschäft eine besondere Großhandelsfirma vorgelagert, z. B. der Deutsche Einkaufsverband e. G. m. b. H. Braunschweig.

die sich vom übrigen Großhandel in der Hauptsache nur dadurch unterscheiden, daß sie einen festen Kundenkreis besitzen. Bewußt haben sie ihren Geschäftsbetrieb darauf abgestellt, durch die Übernahme eines großen Teils der Großhandelsfunktionen dem Weber und dem Abnehmer die Vorteile zu erschließen, die die loseren Zusammenschlußformen nicht zu bieten vermögen.

Freilich auch bei diesen Verbandsformen klagt der Weber oft über mangelnde Vordisposition — sofern nicht die persönliche Fähigkeit des Leiters die dem engbegrenzten Mitgliederkreis fehlenden Warenkenntnisse ersetzt — und zersplitterten Versand, denn vielfach geht nur ein Teil der Lieferungen über das Verbandslager. Auch fehlen der Industrie die beim Großhandel gewohnten, für den Beschäftigungsausgleich so wichtigen Nachorders [171]), und die Beeinflussung der Produktion in geschmacklicher Hinsicht kommt, da Modekenntnisse und Modevorausschau fehlen, kaum in Frage. An Einkaufsmacht und kapitalmäßiger Stoßkraft aber kommen diese Einkaufsverbände heute vielen Großhändlern gleich oder sind ihnen sogar überlegen. Infolge ihrer bedeutenden Umsätze [172]) ist es ihnen möglich, oft Aufträge zu erteilen, die umfangreicher sind als die des Großhandels und deshalb auch vom Fabrikanten gern entgegengenommen werden. Dem Verbandsmitglied werden durch die Lagerhaltung erhebliche Vorteile geboten, die ebenfalls zuweilen die Großhandelsleistungen übertreffen. Es braucht meist nicht ein solch großes Sortiment wie beim Großisten unterhalten zu werden, dafür aber gerade die Artikel, die der ziemlich homogene, beschränkte Mitgliedskreis braucht. Lagerrisiko und Lagerkosten können deshalb und wegen des Gleichmaßes der Umsätze sowie des Fehlens spekulativer Vorauskäufe oft niedriger gehalten werden als beim Großhändler, was sich im Preise entsprechend auswirken wird, sofern nicht die Marktschwankungen — z. B. bei Baumwollwaren — die Verlustchancen wieder vergrößern. Die Kreditfunktion wird auch von diesen Einkaufsvereinigungen nicht übernommen.

Die Anzahl der Einkaufsverbände, die sich auf die Übernahme der Großhandelsfunktionen eingestellt haben, ist mangels exakter Unterlagen, die auch durch die Enquête nicht heran-

---

[171]) Zeitschrift für Textilwirtschaft vom 9. 11. 1928. „Dazu kommt noch, daß sie mit kaum nennenswerten Ausnahmen der Industrie keine Nachorders geben und auch meist nicht geben können. In den meisten Fällen sind sie heilfroh, wenn sie das erstbestellte Quantum verkauft haben. Liegt dann weiterer Bedarf vor, so benötigt der Fabrikant lange Lieferzeiten und kann womöglich mit den bei ihm bestellten kleineren Quantitäten nicht einmal etwas beginnen."

[172]) Siehe S. 93.

geschafft worden sind, schwer feststellbar. Schreiterer[173]) gibt an, daß von 20 befragten Einkaufsverbänden 16 als Eigenkäufer mit eigenem Lager auftreten. Von den 24 durch die Enquête erfaßten Vereinigungen betreiben 13 das Propregeschäft z. T. neben anderen Einkaufsarten[174]). Nach einer Zusammenstellung aus dem Katalog der Einkaufsverbände haben von 41 Verbänden, die Baumwoll- und Manufakturwaren führten, 19 ein eigenes Lager, während dies bei 6 anderen nicht genau ersichtlich ist. Wenn man auch von der eigenen Lagerhaltung nicht ohne weiteres auf den Eigenkauf schließen kann, da manche Verbände auch die nur durch Vermittlung zustande gekommenen Lieferungen zwecks Sortierung über ein Zentrallager führen müssen, so scheint doch nach den obigen Zahlen ungefähr die Hälfte auf eigenes Risiko einzukaufen und demgemäß als Großhändler zu fungieren.

Die wirtschaftliche Bedeutung der bisher betrachteten Einkaufsverbandsarten liegt für den Baumwollwarengroßhandel vor allem darin, daß vielen kleineren Abnehmern — denen bisher der Einzelkauf beim Fabrikanten wegen zu geringen Bedarfs verschlossen war oder keinen genügenden Vorteil gegenüber dem Großhandelsbezug bot — die Bedarfszusammenfassung im Gemeinschaftseinkauf günstigere Bezugsmöglichkeiten erschließt als der bisherige Einzelkauf beim Großhändler.

Am deutlichsten zeigt sich das beim Buntwarengeschäft, das ohnehin auf Grund der Produktionsverhältnisse die Tendenz zum Direktverkehr aufweist und auch den Einkaufsverbänden ohne eigenes Lager (Gruppe 1 und 2) gute Erfolgsaussichten bietet.

Völlig anders liegen die Verhältnisse im Druckwarengeschäft. Für die Verbände ohne eigenes Lager ist es überhaupt praktisch unmöglich, von den großen Stoffdruckereien zu beziehen (mit Ausnahme von Dierig), da diese den Direktverkauf dieser Art, der ihnen sämtliche, sonst vom Großhändler zu tragenden Lasten und Risiken aufbürden würde, ablehnen. Auch Verbände mit eigener Lagerhaltung können, falls sie nicht überhaupt das Geschäft in Druckwaren den einzelnen Mitgliedern überlassen, auf den Bezug durch den Großhändler nicht verzichten, einesteils da ihnen der Funktionsrabatt des Großhändlers auf Druckwaren doch nicht zugute kommt[175]), anderenteils weil es im Gegensatz zum Stapelwarengeschäft nicht so sehr darauf ankommt, ein paar Pfennige beim Einkauf zu sparen, als vielmehr die modisch und geschmacklich richtige Ware zu erhalten.

---

173) A. a. O., S. 103. Der Verfasser weist jedoch auf die nur bedingte Zuverlässigkeit dieser Angaben hin.

174) Grundlagen der Handelsenquête, a. a. O., S. 530/31.

175) Siehe S. 106 ff.

Im Geschäft mit glatter Ausrüstungsware sind oftmals die regulären Preisunterschiede zwischen dem Bezug vom selbstausrüstenden Weber und dem ausrüstenden Großhändler nicht sehr erheblich [176]), sodaß ein Teil der Einkaufsverbände, zumal die kleineren, diese Waren auch weiterhin vom Ausrüster bezieht, der ihnen allerdings in der Preisstellung erheblich entgegenkommen muß [177]). Die Verbände mit großem Bedarf schalten dagegen den Ausrüster völlig aus, da sie bei den integrierten Konzernen die Preise immerhin noch mehr herabdrücken können als beim Großhändler.

Die schärfste Konkurrenz für den Baumwollwarengroßhändler bilden jedoch jene Einkaufsverbände. die sich nicht auf die allgemeine Großhandelstätigkeit beschränken, sondern dazu übergegangen sind, selbst Rohware bei den Rohwebereien zu kaufen und nach eigenen Anweisungen ausrüsten zu lassen. Gerade bei diesen Verbänden, für deren Funktionen und wirtschaftliche Bedeutung im übrigen das über die sonstigen Einkaufsverbände mit Propregeschäft Gesagte gilt [178]), macht sich neuerdings auch das Bestreben bemerkbar, in die bisher dem Großhandel verbliebenen, besonders risikoreichen Gebiete des Modewaren- und Druckwarenhandels einzudringen und ihn in seinen Funktionen auch hier zu ersetzen.

Soweit aus dem Katalog der Einkaufskonzerne und -verbände ersichtlich, sind von den 41 Vereinigungen mit Baumwollsortiment bzw. den 19 mit eigenem Lager 9 Einkaufsorganisationen Selbstausrüster, bei vier weiteren ist es nicht klar ersichtlich, aber wohl anzunehmen. Wiegel [179]) gibt die Zahl der selbstausrüstenden Einkaufsverbände mit 15 an.

Nun ruhen schon auf den Propregeschäften oft größere Verlustmöglichkeiten, denn jedes Lager ist in seinem Wert von der Konjunktur abhängig. Kauft nun gar der Verband selbst Rohware zum Ausrüsten, so trägt er, da Quantum und Preise bei den Rohwebern in normalen Zeiten drei bis vier Monate vorher festgelegt werden müssen und die Ausrüstung etwa zehn Wochen dauert, für fast ein halbes Jahr das Marktrisiko, bevor die Ware in verkaufsfertigem Zustand auf sein Lager kommt. Außerdem muß sie bis dahin schon bezahlt sein, während sie vom Großhändler verkaufsfertig mit einem Ziel von 90 Tagen geliefert wird. Ähnlich groß ist das Risiko der Fehldisposition bei Modedruckwaren. Zweifelsohne gibt es Einzelhandelsorganisationen, die unter einer tüchtigen, mit genügender Bewegungsfreiheit und allen Eigen-

176) Siehe S. 72, Anm. 135.
177) Vgl. Enquêteband Textilgroßhandel, a. a. O., S. 59.
178) Vgl. S. 85, 86.
179) A. a. O., S. 52.

schaften des erfolgreichen Großhändlers ausgestatteten Leitung auch diese Großhandelsfunktionen selbst besorgen können. Auf jeden Fall aber müssen sich Leitung und Mitglieder darüber im Klaren sein, was die Übernahme dieser Funktionen kostet und was sie erspart, und daß sie zwar dieselben Gewinn-, aber auch dieselben Verlustchancen haben wie der Großhändler. Entscheidend für die Frage: Gemeinschaftsbeschaffung oder Großhändlerbezug bleiben hier, wie im ganzen Einkaufsverbandswesen, letzten Endes die Kosten der jeweiligen Bezugsart.

g. Kostenvergleich.

Eine allgemein gültige Aussage über die Kosten der verschiedenen Einkaufsformen stößt auf große Schwierigkeiten, einmal da das vorliegende Zahlenmaterial sehr unvollständig oder ungenau ist, zum andern, weil die Einkaufskosten des Einzelhandels beim Großhandels- und beim Verbandsbezug nicht ohne weiteres rein rechnerisch verglichen werden können, da, wie wir gesehen haben, die Leistungen der Vergleichsobjekte hinsichtlich Erfüllung der Großhandelsaufgaben meist einen ganz verschiedenen Wert besitzen. Trotzdem sollen mit diesen Vorbehalten nachstehend einige Anhaltspunkte für die Beurteilung der Einkaufsvorteile gegeben werden:

Nach Angabe einiger Einkauf-verbände [180]) beläuft sich die durch sie bewirkte Preisvergünstigung für Baumwollwaren — gegenüber dem Fabrikantenpreis beim Einzelverkauf — auf 5 bis 10 Prozent. Hierin sind jedoch die Unkostenbeiträge, die die Mitglieder für die Teilnahme an der Gemeinschaftsbeschaffung zahlen müssen (sofern sie nicht wie bei den Eigengeschäften durch Handelsaufschlag gedeckt werden), anscheinend nicht einbegriffen. Meyer [181]) gibt die Verbilligung mit 7 bis 7,5 Prozent an. Wohlgemerkt ist dies aber nicht der Unterschied zum Großistenpreis. Vielmehr würde wohl oft der Großhändler bei einem Gemeinschaftsauftrag die Preise — wenigstens in Ausrüstungs- und Druckware — in ähnlicher Weise senken können wie der Fabrikant.

Ein selbstausrüstender Verband schreibt [182]): „. . . . ist die Ware stets 6 bis 10 Prozent billiger, zumal auch die Verkaufsspesen der Fabrikanten wegfallen". Diese Antwort ist, wohl infolge der ungeschickten Fragestellung, nicht klar. Billiger als bei welcher Einkaufsart, fragt man sich und muß wahrscheinlich ergänzen: . . . . als der Gemeinschaftseinkauf beim selbstaus-

---

180) Vgl. Schreiterer, a. a. O., S. 161.
181) A. a. O., S. 68.
182) Schreiterer, a. a. O., S. 161.

rüstenden Fabrikanten bzw. beim ausrüstenden Großhändler. Immerhin erscheint der Preisvorteil mit 10 Prozent reichlich hoch gegriffen. — Aus einem Vergleich der Großhändler- und der Verbandsunkosten ergibt sich schon ein etwas klareres Bild als aus diesen ungenauen, mit Vorsicht aufzunehmenden Angaben.

Die Unkosten des Baumwollwarengroßhandels betragen nach einem vom Enquêteausschuß bei 46 Firmen errechneten Durchschnittssatz für 1926 12,1 Prozent [183]). Der durchschnittliche Handelsaufschlag im Baumwollwarenhandel dürfte etwa 15 bis 17 Prozent, bei Modewaren etwas mehr, betragen, d. h. vom Verkauf gerechnet etwa 13 bis 14 Prozent [184]). Die Unkosten der Einkaufsverbände sind geringer, was auch einleuchtet, wenn man berücksichtigt, daß ein beträchtlicher Teil der Vertriebskosten (Reisende) und Kreditkosten (Ziel, Auskünfte etc.) und des Kreditrisikos wegfällt und die Regulierung üblicherweise mit Skonto erfolgt. Sie liegen bei den als Eigenhändlern auftretenden Verbänden nach mehreren übereinstimmenden Angaben zwischen 7 und 10 Prozent [185]).

Der Enquêteausschuß errechnete für zwei Gruppen von Einkaufsverbänden ebenfalls 7 bis 8 Prozent. Insgesamt kommt er für 25 Verbände zu einem Durchschnittssatz von 5,1 Prozent im Jahre 1925, wobei aber zu berücksichtigen ist, daß wahrscheinlich die lediglich als Einkaufsbüro und Auftragssammelstelle fungierenden, also mit z. T. erheblich geringeren Kosten arbeitenden Einkaufsorganisationen den Prozentsatz herabgedrückt haben. — Der Aufschlag des Einkaufsverbandes wird gemäß dem Zweck des Zusammenschlusses im allgemeinen nicht erheblich höher sein, als zur Deckung der Unkosten erforderlich ist [186]).

Bei Ausrüstungsware wird hiernach der Unterschied zwischen den Verkaufspreisen des Baumwollwarengroßhändlers und denen des Einkaufsverbandes mit eigener Ausrüstung, der ja im übrigen auf gleicher Basis einkauft, durchschnittlich 4 bis 6 Prozent betragen. Zweifellos fällt diese Differenz ins Gewicht. Nun würde aber im Einzelfalle und bei in Aussicht stehenden größeren

---

[183]) Vgl. Grundlagen der Handelsenquête, a. a. O., S. 406.

[184]) Eine Ermittlung des Handelsaufschlags in ähnlicher Weise wie die der Unkostenrechnung wurde vom Enquêteausschuß wegen der großen Kalkulationsverschiedenheiten nicht vorgenommen. Die Angabe stützt sich auf die mündlichen Vernehmungen vor dem Untersuchungsausschuß. Vgl. Der Großhandel in Textilien, a. a. O., S. 46 ff.

[185]) Meyer, a. a. O., S. 64, Schreiterer, a. a. O., S. 114, Grundlagen der Handelsenquête, a. a. O., S. 532.

[186]) Der Enquêteausschuß (Grundlagen der Handelsenquête, a. a. O., S. 534) ermittelte für 6 von 14 Einkaufsverbänden einen Aufschlag von 5—10 % auf den Einstandspreis, für 2 weitere einen solchen von über 12 %. Die übrigen Angaben liegen stark auseinander.

Aufträgen bestimmter Abnehmer der Großhändler mit seinen Preisen ohne weiteres noch heruntergehen [187]) und, anstatt auf den Auftrag zu verzichten, damit zufrieden sein, nur einen größeren Teil der fixen Handlungsunkosten zu decken. Die Preisvorteile des Bezugs vom selbstausrüstenden Einkaufsverband können also, bei genauer Betrachtung, wesentlich zusammenschrumpfen, zumal wenn man die sonstigen, schon erwähnten Nachteile der Einkaufsverbände und Vorteile des Großhandelsbezugs in Rechnung stellt. Der Einkaufsverband selbst steht sich bei der Eigenausrüstung natürlich bedeutend günstiger, als wenn er die Ware vom Großhändler beziehen würde.

Die nicht selbstausrüstenden Verbände müssen, sofern der Bezug durch sie den Mitgliedern einen Vorteil gegenüber dem Einzelkauf beim Großhändler bringen soll, beim ausrüstenden Weber einen Preisvorteil gegenüber dem Normalpreis des ausrüstenden Großhändlers herausdrücken, der mindestens so groß ist wie ihr durchschnittlicher Unkostensatz bzw. ihr Handelsaufschlag. Das wird aber nicht immer möglich sein [188]), so sehr dem Fabrikanten auch die Vereinfachung seiner Absatzorganisation und das Wegfallen des Kreditrisikos ein Entgegenkommen erleichtern mögen. In diesem Falle hilft sich der Verband oft dadurch, daß er auf diese Waren nur einen geringeren als den durchschnittlichen Unkostensatz aufschlägt und die Differenz durch höheren Aufschlag auf andere Waren wieder herausholt [189]), da sonst das Mitglied ja durch den Verband die Baumwollwaren zu höherem Preise beziehen würde als durch den Großhändler. Eine effektive Verbilligung gegenüber dem Großhandelsbezug ist damit für den Einzelhändler natürlich nicht gegeben. Auch der Einkaufsverband selbst wird manchmal beim Ausrüster ebenso billig kaufen können, wie beim Fabrikanten. Daran wird er freilich vielfach durch Prestigegründe gehindert.

Bei Druckwaren wird der Kostenunterschied der Einkaufsverbände und des Baumwollwarengroßhandels ungefähr durch den Großhändler-Rabatt der Stoffdruckereien ausgeglichen [189a]). Die als Eigenkäufer auftretenden Verbände kaufen um 5 Prozent teurer ein als der Großhandel. Eine besondere Verbilligung können sie also trotz ihrer geringen Unkosten ihren Mitgliedern bei Druckwaren nicht gewähren, und viele Verbände überlassen daher — wie schon erwähnt — dieses Geschäft nach wie vor dem Großhandel. Wo sie den Artikel doch in ihrem Sortiment führen, beziehen sie die Ware teils beim Fabrikanten, der sie auch ohne Großhandels-Rabatt immerhin billiger liefert als der Großhändler, teils aber

187) Grundlagen der Handelsenquête, a. a. O., S. 47 (T. G. A.).
188) Vgl. auch S. 72, Anm.
189) Vgl. Schreiterer, a. a. O., S. 114.
189a) S. S. 106.

kaufen sie trotzdem bei diesem in der Erkenntnis, daß die Preisvorteile durch die hohe Risikenbelastung kompensiert werden.

Im Geschäft mit buntgewebter Stapelware liegen die Erfolgsmöglichkeiten kalkulatorisch bedeutend günstiger. Normalerweise kann der Einkaufsverband mit entsprechend großem Bedarf zu denselben oder sogar günstigeren Bedingungen vom Buntweber beziehen wie der Großhändler. Er ist also infolge seiner geringeren Kosten in der Lage, seine Mitglieder vorteilhafter zu bedienen, als es dem Großisten möglich ist.

Mit diesen Feststellungen müssen wir uns begnügen. Eine generelle Norm für die preislichen Vor- und Nachteile der verschiedenen Einkaufsformen gibt es nicht, da die Verschiedenheit der Betriebsverhältnisse an einer rein kostenmäßigen Betrachtung hindert, und außerdem die Preisfestsetzung im Textilwarengeschäft für die verschiedenen Abnehmer zu differenziert ist. Gerade in der heutigen Zeit, wo von der großen Zahl mittlerer und kleiner Einzelhändler nur Dispositionen kleinsten Umfanges getroffen werden, fragt es sich indes, ob der Gemeinschaftseinkauf noch denselben Wert hat wie früher. Aufgabe sowohl des Einkaufsverbandes als auch seiner Mitglieder muß es jedenfalls sein, in jedem Einzelfalle genau zu prüfen, ob tatsächlich durch Umgehung des Großhandels die Einkaufs- bzw. Absatzorganisation wirtschaftlicher gestaltet werden kann; denn ungerechtfertigte Ausschaltungsversuche mit ihren Kämpfen und volkswirtschaftlichen Verlusten sollten auf jeden Fall vermieden werden.

h. Beurteilung der Einkaufsverbände.

Interessant ist, daß nicht nur aus den Reihen der Marktgegner (Großhandel und Industrie) die Tätigkeit und die Erfolgsmöglichkeiten der Einkaufsverbände eine teilweise recht kritische Beurteilung erfahren, sondern daß auch viele Einzelhändler dieser Einkaufsform sehr skeptisch gegenüberstehen, ohne daß man nun mit Schreiterer[190]) ohne weiteres von ihnen sagen könnte, daß sie „allen Neuerungen abhold und den Geist der Zeit nicht zu fassen imstande sind". Von einer erschöpfenden Aufzählung dieser Einwände, die gewiß zum Teil Zutreffendes enthalten, und Stellungnahme dazu im einzelnen muß hier abgesehen werden. Doch sei eine von einem Anhänger des Gemeinschaftseinkaufs zusammengestellte, stichwortartige Auslese dieser Warnungen vermerkt[191]):

---

[190]) A. a. O., S. 141.

[191]) Noelle, „Eck- und Prüfstein der Einkaufsverbände". Textilzeitung Nr. 142, 1927. Ähnliche Ausführungen über „Einkaufsverbände, die den Großhandel nicht ersetzen" in der Textilwoche vom 17. 6. 32. S. 19.

... . . er müsse mit seinem Verband durch dick und dünn gehen, setzte sich durch seine Verbundenheit mit dem Verband der Gefahr von Verlusten aus, müsse seine Dispositionen zu früh treffen, werde Spekulant durch seine Beteiligung an größeren Verbandsabschlüssen, die Konzernläger kosteten Unterhaltungskosten, Zinsen etc., der Kredit der Großhändler falle nun weg, die sorgliche Unterstützung seiner bisherigen Lieferanten müsse er nun missen, das bequeme und risikofreie Kaufen von deren Lager, auch in kleineren Mengen, das in Zeiten rückläufiger Konjunktur vor peinlichen Verlusten sicherte, gäbe es nicht mehr".

In der Hauptsache sind die Einwände, wie man sieht, zugespitzt auf die Frage des Risikos und der Kosten. Dafür noch einige Beispiele aus der Sondernummer Gemeinschaftseinkauf der Textilwoche, des Organs des Textileinzelhandels, vom 31. 7. 1928. Ein Einzelhändler schreibt:

„Verbände, die als Großabnehmer Anerkennung in Lieferantenkreisen gefunden haben, müssen notgedrungen für Lagerhaltung, Zinsverluste, Transport und Verpackungsspesen durch Konjunkturverluste und andere Kalkulationsfaktoren Zuschläge auf den Fakturenpreis fordern und nähern sich damit den Großhandelspreisen bedenklich".

Ein anderer schreibt:

„Der Großhandel hat für sich die Chance der leichteren Beweglichkeit und schnelleren Lagerumsatzfähigkeit und wird deshalb erfolgreich mit einem Teil der Einkaufsverbände konkurrieren können".

Wiederum ein andrer:

„Durch den Verband kann man doch nur Stapelsachen kaufen und bei den schwankenden Preisen wie im vorigen Jahre ist es zu gefährlich, auf Monate hinaus sich mit Ausrüstungsware zu versehen. Hätten die Verbände im vorigen Jahr die Abschlüsse selbst für eigene Rechnung gemacht, so würden wohl viele nicht mehr bestehen. Statt dessen haben die einzelnen Mitglieder im Jahre 1926 einen furchtbaren Schaden gehabt".

Auch aus diesen Urteilen geht hervor, daß der von den Einkaufsverbänden vertretene Standpunkt, durch einfache Summierung der Kaufkraft die Mannigfaltigkeit der volkswirtschaftlichen Funktionen des Großhandels ersetzen zu können, in keiner Weise gerechtfertigt ist.

i. Der Umfang des Gemeinschaftseinkaufs.

Über den Umfang des Gemeinschaftseinkaufs im Textileinzelhandel liegen einige Schätzungen vor, die aber stark auseinandergehen. Die Enquête erfaßte 26 Einkaufsvereinigungen mit einem Gesamtumsatz von 130 Millionen Mark für 1926 und nimmt an, daß hiervon nur 20 bis 30 Millionen auf das Propregeschäft entfallen [192]). Auch wenn man die rapide Entwicklung der Ver-

---

[192]) Grundlagen der Handelsenquête, a. a. O., S. 530. Die Vorkriegsumsätze konnten nur bei 3 Verbänden ermittelt werden, „von denen 2 eine reichlich 50 prozentige Umsatzsteigerung aufzuweisen haben, während der dritte Einkaufsverband seinen Umsatz nahezu versechsfachen konnte".

bände seit 1926 berücksichtigt, scheinen die damaligen Zahlen reichlich niedrig und ein Zeichen dafür zu sein, mit welcher Vorsicht die Angaben und Schätzungen der Enquête verwertet werden müssen. Wiegel[193]) stellte die Umsätze von ebenfalls 26 Vereinigungen fest mit 544,4 Millionen Mark im Jahre 1928 und schließt davon auf einen Gesamtumsatz der 52 Verbände von rund einer Milliarde. Auch Hirsch[194]) schätzt den Umsatz der Einkaufszusammenschlüsse auf 750 bis 1 000 Millionen Mark, während Schreiterer[195]) mit seiner Schätzung von 2 Milliarden Gesamtumsatz, davon 1 Milliarde Lagerumsatz, wohl erheblich zu hoch greift. Unter Berücksichtigung dessen, daß seit 1929 weitere zehn Einkaufsverbände hinzugekommen sind, wird der Umsatz wohl heute bei 1 bis 1¼ Milliarde liegen, was einem Einzelhandelsumsatz von rund 1,4 bis 1,7 Milliarden entsprechen dürfte[196]). Die Umsätze pro Einkaufsverband sind sehr verschieden. Lt. der Aufstellung von Wiegel setzen allein die fünf größten Vereinigungen ca. 400 Millionen um. Die Umsätze der anderen Verbände liegen durchweg über einer Million.

Eine Zusammenstellung aus den Angaben des Einkaufsverbandskatalogs ergibt, daß die u. a. mit Baumwollwaren handelnden 41 Einkaufsverbände eine Zahl von 5 140 Mitgliedern aufweisen. Unter Zuzählung der neueren Zusammenschlüsse darf man sie auf ca. 6 000 veranschlagen. Die Mitgliederzahl sämtlicher Verbände zusammengenommen dürfte 7 000 erreichen; d. h. von den 74 069 Textileinzelhandelsgeschäften, die es lt. Betriebszählung 1925 gab (den Handel mit Web- und Wirkwaren und den Handel mit Wäsche und Weißwaren zusammengerechnet), sind nicht ganz 10 Prozent in Einkaufsvereinigungen zusammengeschlossen[196a]).

k. Die Auswirkungen des Gemeinschaftseinkaufs auf den Baumwollwarengroßhandel.

Die wirtschaftliche Bedeutung derjenigen Einzelhändler, die keinem Einkaufsverband angeschlossen sind, entspricht jedoch,

---

193) A. a. O., S. 104.

194) Textilwoche vom 16. 3. 1928.

195) A. a. O., S. 16.

196) Der Warenhausumsatz in Textilien beträgt ca. 830 Mill., der Gesamtumsatz des Textileinzelhandels ca. 9,4 Milliarden Mark. (Siehe S. 76).

196a) Gleichzeitig machte sich übrigens in den letzten Jahren eine starke Konzentrationsbewegung innerhalb der Einkaufsverbände bemerkbar. Es erfolgten mehrfach Zusammenschlüsse in engerer oder loserer Form. Vgl. z. B. die Meldung des Konfektionärs v. 5. 4. 32 über den Zusammenschluß von 4 Einkaufsverbänden zu einer engeren Arbeitsgemeinschaft unter der Firma „I. G. Textil-Einkaufsverbände", wobei jedoch die Selbständigkeit der einelnen Verbände nicht aufgegeben wurde.

wie schon erwähnt, diesem prozentualen Verhältnis durchaus nicht. Dem Textilgroßhandel verbleibt, besonders wenn man noch die vom Fabrikanten direkt belieferten Abnehmer und die Anschlußkunden der Warenhäuser herausnimmt, hauptsächlich der große Kreis der kleinen, kapitalschwachen und kapitalbedürftigen Händler, bei denen der Gemeinschaftseinkauf versagt, und denen der Großhändler mehr Nachsicht zeigen kann und muß als die Einkaufsorganisationen. Für den Großhändler erhöht sich mit der Minderung der zahlungsfähigen Kundschaft das Kreditrisiko; der Risikenausgleich, der in der Mischung der barzahlenden, auf kürzeren und längeren Kredit kaufenden Kunden lag, wird vermindert, die finanzielle Beanspruchung vermehrt. Ob sich die undankbare Aufgabe, diese Kunden, die ja insgesamt immerhin noch einen sehr beträchtlichen Bedarf haben, zu finanzieren, bei den hohen Zinskosten und der Verlustgefahr auf die Dauer für den Großhandel lohnt, erscheint mitunter fraglich.

Hinsichtlich des Warenkreises wird der Großhandel durch die Einkaufsverbände immermehr auf die besonders riskanten Positionen beschränkt, in Übereinstimmung mit der schon beim Direktverkauf und bei den Warenhäusern beobachteten Tendenz. Das infolge des wegfallenden Moderisikos verhältnismäßig einfach erscheinende Stapelwarengeschäft ging — trotz der bei Ausrüstungsware ebenfalls drohenden Verlustmöglichkeiten — in großem Umfang an die Einkaufsverbände verloren. Auf diesem Gebiet der Massenware und des Massengeschmacks, wo allein der Preis ausschlaggebend ist, vermag der Großhandel den größeren Abnehmern in der Regel — eine Reihe von Ausnahmen gibt es natürlich auch hier, wobei wieder andere Gründe mitspielen: Kreditgewährung usw. — einen größeren Kaufanreiz nicht mehr zu bieten; er dient deshalb in erster Linie als Aushilfsquelle. Weniger berührt wurde von dieser Entwicklung allerdings das Futterstoffgeschäft. Die Einkaufsgenossenschaften der Schneider haben wegen des wenig konsumfähigen und notorisch kreditbedürftigen Abnehmerkreises keine größere Bedeutung erlangt und stehen auch finanziell meist auf schwachen Füßen. Diese Kundschaft ist also fast ganz dem Großhandel verblieben [187]).

Auch im modebestimmten Druckwarengeschäft hat der Großhändler seine Stellung gegenüber den Einkaufsverbänden im

---

[187]) Vgl. auch den Artikel Samolewitz „Zentralisierter Einkauf oder freies Angebot" in Textilzeitung vom 17. 9. 1931. Eine andere wichtige Abnehmergruppe, die Bekleidungsindustrie, ist dem Großhandel dagegen zu einem großen Teil verloren gegangen. Weniger durch Einkaufszusammenschlüsse, die es in der Bekleidungsindustrie nur vereinzelt gibt, als durch das Vordringen der integrierten Webereien.

Wesentlichen behaupten können [198]). Infolge der Entziehung der Stapelwaren aus dem Sortiment macht sich auch hier das Fehlen des Risikoausgleichs bemerkbar. Die Risikoprämie muß nunmehr auf einen geringen Warenkreis verteilt werden, wodurch sich die dem Großhandel verbleibenden Waren verteuern können. Es zeigt sich also, daß auf diesem Umwege der Einzelhandel u. U. selbst die Kosten der Großhandelsausschaltung zu tragen hat.

1. Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Einkaufsverbände.

Aber auch soweit sich durch Eliminierung der unter den heutigen Verhältnissen meist ohnehin nicht vorhandenen Großhandelsgewinne tatsächlich unmittelbare Ersparnisse erzielen lassen, dürfte es zweifelhaft sein, ob dadurch die Störungen, die durch Ausmerzung einer Reihe von Großhandelsunternehmen aus dem Wirtschaftsprozeß in die Wirtschaft hineingetragen werden, immer gerechtfertigt sind. Mit Recht weist Lampe u. a. darauf hin [199]), daß „die Großhandelsgewinne, gerade soweit sie erheblicheren Umfang annehmen, weit eher durch Kapitalisierung der Produktivität der Gesamtwirtschaft zugute kommen, als es nach ihrer etwaigen Verteilung auf viele vereinigte Detaillisten zu erwarten ist." So ist die volkswirtschaftliche Bedeutung der Einkaufsverbände wohl vor allem in ihrem erzieherischen Einfluß auf den Großhandel zu sehen, da dieser durch sie zur Rationalisierung und zur größtmöglichen Herabdrückung der Verteilungskosten einerseits, zur Steigerung seiner ökonomischen Leistungen andrerseits gezwungen wird.

5. Die Ausschaltungsbestrebungen seitens anderer Großkonsumenten.

Neben der Ausschaltung des Großhandels durch Kollektivmaßnahmen der Abnehmerschaft seien noch die Bestrebungen größerer Unternehmen der Bekleidungsindustrie erwähnt, den Ausrüster zu umgehen, indem man baumwollene Stapelwaren (z. B. für Herrenkleiderfabriken Baumwollserge, Taschenfutter

[198]) So wird z. B. in einem zusammenfassenden Bericht des Zentralverbandes des deutschen Großhandels (zitiert bei Norden, a. a. O., S. 47) gesagt: „Im Modenhandel wird die Erfahrung gemacht, daß die Tätigkeit der E. G. nicht ungünstig wirkt, weil die Fabrikation in der Modewarenbranche sehr differenziert ist und die Verbände als Einkäufer dem ständigen Wechsel der Mode nicht so schnell Folge leisten können. Sie können hier nur Stapelware kaufen, während effektive Neuheiten mehr und mehr das Gebiet des Zwischenhandels ist und bleiben wird."

[199]) Artikel „Großhandel" H. d. St. Erg. Bd. S. 520.

etc., soweit der Verbrauch darin genügend groß ist, in eigener Regie ausrüstet. Die meisten Unternehmen verzichten freilich auf den kleinen Vorteil, den die eigene Ausrüstung zunächst zu bieten scheint, um nicht die erheblichen Mode- und Verarbeitungs-risiken der Konfektion noch durch dieses Konjunkturrisiko der Rohware zu erhöhen, und ziehen den Direktverkehr mit den Webereien vor, sofern nicht der Großhandler als Lieferant beibehalten wird.

3. Kapitel: Krisenerscheinungen

1. Die Insolvenzen in der Baumwollwarenbranche.

Die geschilderten konjunkturellen und strukturellen Wandlungen der Nachkriegszeit haben in ihrem Ineinandergreifen die Machtstellung des Baumwollwarengroßhandels erschüttert und allgemein zu einem starken Geschäftsrückgang geführt. Für viele Firmen verschärfte sich die Situation so, daß sie zur Einstellung ihrer Zahlungen gezwungen waren. Das hatte um so größere Auswirkungen, als es sich in der Baumwollwarenbranche durchschnittlich um bedeutend größere Unternehmen handelt als im übrigen Textilgroßhandel und da sich außerdem unter den insolventen Häusern einige der bedeutendsten der Branche befanden. Viele Webwarengroßhandlungen wurden — bis in die jüngste Zeit hält diese Entwicklung an — ganz aus dem Wirtschaftsprozeß ausgeschieden oder haben doch nach erfolgter Sanierung ihre Tätigkeit so stark einschränken müssen, daß sie heute nur noch einen Bruchteil der früheren Umsätze erzielen. Einen Überblick hierüber gibt die Tabelle I im Anhang: Nicht nur hat sich die Zahl der Insolvenzen im Textilwarengroßhandel seit 1928 verdreifacht, sondern auch der prozentuale Anteil an der Gesamtzahl der Konkurse und Vergleiche ist von 3,07 Prozent auf 4,23 Prozent gestiegen. Einige besonders markante Fälle mögen die Auswirkungen der Krise näher beleuchten.

In manchen Branchen nimmt ein einzelnes Unternehmen eine so überragende Stellung ein, daß man geneigt ist, oft mit Recht, das Urteil über die Gesamtentwicklung der Branche weitgehend abhängig zu machen von der Entwicklung dieses repräsentativen Unternehmens. Für die Baumwollwarenbranche ist ein solches Beispiel die Firma Gebr. Simon, in der sich jahrzehntelang die ganze Bedeutung und Machtstellung des Baumwollwarengroßhandels verkörperten, und deren Zusammenbruch 1929 durch die tragischen Begleitumstände, unter denen er sich vollzog, und dadurch daß er eine lange Reihe großer Insolvenzen eröffnete, großes Aufsehen erregte.

Die Firma Gebr. Simon hatte sich im Laufe eines fast achtzigjährigen Bestehens (Gründungsjahr 1852) zu der bedeutendsten deutschen Textilgroßhandlung entwickelt, die bei Umsätzen bis zu 60 Millionen ihre 30 000 bis 40 000 Kunden fast ausschließlich am Lager und auf Grund schriftlicher Bestellungen bediente und dank ihrer Position in der Branche auf jede persönliche Werbung verzichten konnte.

Die Warenknappheit in der Inflation und die Konkurrenz der großen selbstausrüstenden Konzerne, die schon damals die Absatzmöglichkeiten des Großhandels zu gefährden begannen, veranlaßte Simon, die Integrationsbewegung vom Handel aus aufzunehmen und das Arbeitsgebiet zu sichern und zu erweitern durch den Majoritätserwerb mehrerer Spinnwebereien, Buntwebereien und Ausrüstungsanstalten. Aus der vorübergehenden Zusammenarbeit mit dem Blumensteinkonzern, dem Antipoden von Hammersen-Dierig, entstand die Beteiligungsgesellschaft Gebr. Simon — Vereinigte Textilwerke A.-G., Berlin, die als Kommanditistin der Gebr. Simon Komm. Ges. fungierte. In der Erkenntnis, daß die Expansion die Kapitalkraft der Firma überschritt und daß in normalen Zeiten für den Großhandel in einer solchen Vertikalverbindung keinerlei Vorteile liegen, wurden die im übrigen ziemlich wahllos zusammengehäuften Beteiligungen nach der Stabilisierung rechtzeitig (1925) wieder abgestoßen und der Betrieb wieder auf den Großhandel beschränkt. Trotzdem brachten die nächsten Jahre immer größere Verluste. Der nach der Stabilisierung aufgebaute, umfangreiche Vertreterapparat konnte die beträchtlichen Umsatzrückgänge nicht aufhalten. Die Ausschaltungsbestrebungen, spekulative Fehldispositionen (Termingeschäfte in Baumwolle), ein großer und kostspieliger Apparat — der leitende Direktor erhielt bis zuletzt Bezüge von 220 000 Mark! —, sowie das Versagen der wenig zielbewußten jüngeren Generation führten im Sommer 1929 zum Zusammenbruch. Der Umsatz war von 45 Millionen 1927 auf 30 Millionen zusammengeschrumpft. Die Bankschulden hatten eine Höhe von 20 Millionen erreicht. Die beiden Firmen traten in Liquidation.

Das riesige Lager im Werte von 9 Millionen Mark wurde ohne Gefährdung des Marktes successive an die neugegründete Firma Gebr. Simon Textil A.-G. (6 Millionen A.-K.) veräußert, an der sich eine Anzahl Rohwebereien, Buntwebereien, Ausrüstungsanstalten, Druckereien und andere Textilfabriken maßgeblich beteiligten. Trotz aller Ausschaltung waren die Stammorders von Simon für viele Weber und Veredler immer noch die größten, die zu gewinnen waren. Die in einem solchen Unternehmen verkörperte Absatzorganisation nicht zerschlagen zu lassen, war für diese Lieferanten ein wichtiges Erfordernis. So kam

es zu der Neugründung, die der Baumwollindustrie mit dem Namen der alten Firma auch die alten, wertvollen Kundenbeziehungen zuführen sollte, und die damit einen ganz neuen Großhandelstyp in die Textilwirtschaft einführte: Die Unternehmung, die im übrigen das freie Großhandelsgeschäft wie bisher weiter betreibt, ist eine Art Werkhandelsfirma der beteiligten Industriellen.

Von verschiedenen Seiten sind erhebliche Bedenken gegen diese Lösung erhoben worden. In der allzu engen Bindung an bestimmte Fabrikanten wurde eine Begrenzung der Einkaufsmöglichkeiten gesehen, durch die der Hauptvorzug des Großhandels, in voller Bewegungsfreiheit die günstigsten Einkaufsquellen zu nutzen, illusorisch werde. „Werkshandel mag da am Platze sein, wo es sich um den Vertrieb weniger, qualitativ genau begrenzter Artikel handelt; im Baumwoll- und Leinengroßhandel, dessen Kennzeichen größtmögliche Auswahl und Geschmack ist, ist er ein Fremdkörper“ [200]).

Ob der Versuch Erfolg haben wird, läßt sich noch nicht übersehen. Bisher hat die neue Firma mit wenn auch nicht erheblichem Verlust gearbeitet, die veranschlagten Umsätze (25 bis 30 Mill. Mark) wurden ebenfalls nicht erreicht.

Aus der langen Reihe der Insolvenzen der letzten Jahre seien noch einige bedeutende herausgehoben: Dem Textilgroßhandelskonzern Küchel — Rothmann, Köln — Gelsenkirchen, waren 95 Manufakturwarengeschäfte und kleinere Kaufhäuser als Anschlußfirmen angegliedert, die teilweise schon damals sanierungsbedürftig waren. Hieraus und aus der im großen Umfange betriebenen Geschäftsfinanzierung durch Blancowechsel dieser Firmen entstand eine kapitalmäßige Verflechtung, die über die sonst übliche Bindung zwischen Einkaufskonzern und Anschlußfirmen weit hinausging. Eigentlich handelte es sich nur noch um formell selbständige Filialen des Konzerns, der sich auch das Recht der ausschließlichen Belieferung vorbehielt. Riesige Lagerhaltung, weitherzige Kreditgewährung und übermäßige, kriminelle Wechselfinanzierung führten Anfang 1929 zu völligem Zusammenbruch, der auch die gesamte Baumwollwirtschaft schwer in Mitleidenschaft zog, und aus dem nur etwa 15 Prozent der 27 Millionen Passiven im Laufe der Jahre gerettet werden konnten.

Der ähnlich aufgebaute, jedoch das Teilzahlungsgeschäft bevorzugende Einkaufskonzern Adolf Kahn A.-G., Berlin, stellte Anfang 1931 mit mehreren Millionen Mark die Zahlungen ein.

Bei dem ebenfalls unter kriminellen Begleiterscheinungen erfolgten Zusammenbruch der Baumwollwarengroßhandlung Rubin & Werner, Berlin, ging 1929 mehr als 1 Million verloren.

---

[200]) Vgl. Textilwoche vom 25. 10. 1929.

Eine weitere Millioneninsolvenz (2,25 Mill.) war die Zahlungseinstellung der Druckwaren- und Kleiderstoffirma Heymann, Welter & Co. A.-G., Berlin.

Die bedeutende Webwarengroßhandlung Gebr. Erbslöh, Elberfeld, mußte nach fast neunzigjährigem Bestehen infolge fehlender Absatzmöglichkeiten 1930 liquidieren. Drei andere große und alte Baumwollwarengroßhandlungen in Elberfeld stellten im September 1931 ihre Zahlungen ein. Die Peter Schulte A.-G. (900 000 Mark A.-K.), eine der größten Textilgroßhandlungen Elberfelds, die auf ein 74jähriges Bestehen zurückblickte, machte im Januar 1932 einen Liquidationsvergleich. Die größte Textilfirma am Platze, die Friedr. Seyd Söhne — Büren & Eisfeller A.-G. (Gründungsjahr 1828) weist bei 2,4 Mill. A.-K. für 1931 einen bilanzmäßigen Verlust von über 600 000 Mark auf.

Diese Beispiele mögen genügen.

2. Sonstige Krisenerscheinungen.

Die zahlenmäßige Erfassung des Umfanges und des augenblicklichen Stadiums der Umschichtung im Baumwollwarengroßhandel wird durch das Fehlen zuverlässiger statistischer Daten sehr erschwert. Die Hoffnung, daß die Enquête brauchbare und tieferen Einblick gewährende Erkenntnisse zeitigen würde, hat sich für den Textilgroßhandel nur zum Teil erfüllt, da die Basis vielfach nicht breit genug war, um leicht übersehbare Durchschnittsergebnisse zu erzielen. Gerade im Baumwollwarengroßhandel beweisen die vielen Untersuchungsergebnisse mit Streuungsangaben, wie differenziert die Verhältnisse sind. Es tritt hinzu, daß die nur bis zum Jahre 1926 reichenden schriftlichen Massenerhebungen infolge Streichung der Zuschüsse nicht wie beim übrigen Textilgroßhandel durch mündliche Vernehmungen von Betriebsleitern, die in andern Fällen sehr aufschlußreich waren, ergänzt werden konnten [201]). Verschiedene Ergebnisse der Enquête, deren Schwerpunkt übrigens auf der betriebswirtschaftlichen Darstellung liegt, beleuchten jedoch, wenn auch durch die letzten Krisenjahre schon überholt, ganz gut die Wandlungen gegenüber der Vorkriegszeit.

Am interessantesten sind die Feststellungen über den Umsatzrückgang: Von den 47 berichtenden verbandsmäßig organisierten Firmen [202]) waren 36 Vorkriegsfirmen, 11 wurden bis zum 31. 12. 1923 gegründet.

---

[201]) Es wurde deshalb bei dieser Arbeit mehrfach zurückgegriffen auf die mündlichen Angaben solcher Großhändler, die in ihrem Sortiment neben anderen Artikeln auch Baumwollwaren führten.

[202]) Das ist knapp ein Drittel der Mitglieder des Reichsverbandes Deutschen Baumwoll- und Leinenwarengroßhandels.

Es setzten um	32 Vorkriegsfirmen	1913	120.3 Mill. RM.
	47 Firmen	1925	183,9 Mill. RM.
	47 Firmen	1926	135,2 Mill. RM. [203])
Pro Firma wurden also		1913	3,760 Mill. RM.
		1925	3,912 Mill. RM.
		1926	2,876 Mill. RM. umgesetzt.

Das bedeutet unter Berücksichtigung eines Baumwollwarenindexes von ca. 150 bis 200 Prozent [204]), einen ganz gewaltigen, mengenmäßigen Rückgang gegenüber der Vorkriegszeit, der allerdings nicht nur auf Konto der Ausschaltungsbestrebungen zu setzen ist, sondern teilweise auch durch die Vermehrung der Großhandelsbetriebe verursacht wurde. Die Zusammenstellung der Umsätze von vier mündlich vor dem Untersuchungsausschuß vernommenen Firmen (FA. FC. TGB. DH), die neben anderen Artikeln in großem Maße auch baumwollene Stapelwaren — weniger Modewaren — führen, ergänzt das Bild [205]). Die Umsätze betrugen insgesamt (in Mill. RM.):

1913	1926	1927	1928	1929
10.811	9,991	10,678	10,344	10,165

Diejenigen Firmen, deren Schwergewicht auf dem Handel mit Modedruckwaren liegt (DA. DB. DC), konnten sich etwas besser halten:

1913	1926	1927	1928	1929
12,892	12,772	13,905	14,056	13,822.

Bezeichnend ist, daß von 21 durch den Enquêteausschuß untersuchten Großhandelsbranchen unter Zugrundelegung eines durchschnittlichen Warenindexes von 150 Prozent nur 6 den Umsatz der Vorkriegszeit bei weitem nicht erreichten. Von diesen 6 Wirtschaftszweigen gehören allein 5 zum Textilgroßhandel.

Die absteigende Entwicklung der letzten Jahre ist aus diesen Zahlen noch nicht ersichtlich. Die neugegründete Forschungsstelle für den Handel in Berlin veröffentlichte im September 1931 erstmalig einige Untersuchungsergebnisse über den Großhandel, die u. a. über die Entwicklung der Umsätze für das erste Halbjahr 1931 im Vergleich zu der entsprechenden Periode des Vorjahres Auskunft geben. Hiernach betrugen die Umsätze des allgemeinen Textilwarengroßhandels nur noch 64 Prozent der entsprechenden Vorjahrsumsätze, die Umsätze der Einkaufsverbände des Textileinzelhandels dagegen blieben mit 97,6 Prozent relativ stabil [206]). Wenn man den starken Preisrückgang berücksichtigt, ist der Um-

[203]) Grundlagen der Handelsenquête, a. a. O., S. 408.
[204]) Vgl. hierzu Anmerkung 94.
[205]) Vgl. Enquêteband über den Textilgroßhandel, a. a. O., S. 15.
[206]) Vgl. Textilzeitung vom 6. 9. 1931.

satzrückgang mengenmäßig nicht so stark, bei den Einkaufsverbänden dagegen haben sich die quantitativen Umsätze wesentlich gesteigert.

Der durchschnittliche Lagerumschlag hat sich gegenüber der Vorkriegszeit wesentlich beschleunigt: Bei 27 Firmen des Baumwollwarenhandels wurde das Lager vor dem Kriege durchschnittlich 4,5 mal, bei 46 Firmen 1925 6,3 mal, 1926 5,8 mal (Einkauf zu Verkauf gerechnet) umgeschlagen [207]), eine Folge der Notwendigkeit, durch schnelleren Umschlag die geringen Betriebsmittel zu ersetzen und die hohen Unkosten herabzumindern. Auch der Lagerumschlag der mündlich vernommenen Firmen erfolgte z. T. bedeutend schneller [208]). Für den Handel allgemein nimmt übrigens Hirsch [209]) demgegenüber an, daß sich die Umschlagsgeschwindigkeit verlangsamt habe.

Der Schwund des Eigenkapitals infolge der Inflation kommt in folgenden Angaben von sieben vor dem Enquêteausschuß vernommenen Firmen zum Ausdruck, die u. a. auch Baumwollwaren führen (in 1 000 RM.) [210]):

	FA	FB	FC	TGA	TGB	DA	DB	DC	DH
1913	3026	520	800	3100	434	2124	692	773	1470
1929	380	220	100	4000	524	1671	400	111	904

Der durchschnittliche Unkostensatz stieg von 8,8 Prozent im Jahre 1913 (errechnet bei 27 Vorkriegsfirmen) auf 10,7 Prozent 1925 und 12,1 Prozent 1926 (errechnet bei 46 Unternehmungen). Infolge starker Streuung der Angaben sind die Ziffern wohl mit Vorsicht aufzunehmen. Das Bild, das sie von der Steigerung um 40 Prozent gegenüber der Vorkriegszeit geben, ist aber zweifellos zutreffend. Außer in dem Umsatzschwund und der Unmöglichkeit, den Spesen-Apparat im gleichen Verhältnis abzubauen, liegt der Grund in der absoluten Zunahme der verschiedenen Kostenarten, wie Gehälter, Miete, Steuer, Reisespesen etc. Kurz nach der Stabilisierung müssen übrigens die Verhältnisse noch ungünstiger gelegen haben. Die 1924 veranstaltete Textilenquête kam nämlich zu der Feststellung, daß die Unkosten des Textilgroßhandels sich gegenüber der Vorkriegszeit ungefähr verdoppelt hätten [211]).

4. Kapitel: Die Abwehrmaßnahmen des Baumwollwarengroßhandels.

Welche Möglichkeiten hat nun der Webwarengroßhandel, um der seitens Produktion und Abnehmerschaft drohenden Aus-

[207]) Grundlagen der Handelsenquête, a. a. O., S. 407.
[208]) Der selbständige Großhandel in Textilien, a. a. O., S. 41.
[209]) Stellung und Bedeutung des Handels . . . a. a. O., S. 94.
[210]) Der selbständige Großhandel in Textilien, a. a. O., S. 43.
[211]) Die Untersuchungsergebnisse sind nur auszugsweise veröffentlicht worden. Vgl. Leipziger Wochenschrift für die Textilindustrie Nr. 34 und 35, 1924.

schaltung zu begegnen und seine Stellung im Wirtschaftsprozeß zu stärken?

Wenn man von dem initiativlosen Verhalten mancher Großhandelskreise absieht [212]), die garnichts unternehmen und sich mit der Überzeugung begnügen, daß die Versuche zur Übertragung der Großhandelsfunktionen auf andere Glieder des Wirtschaftsprozesses mit der Zeit ihre Unwirtschaftlichkeit erweisen und zur Wiedereinsetzung des Großisten führen werden, kann man die Gegenmaßnahmen einteilen in Kollektivmaßnahmen und Betriebsmaßnahmen einzelner Unternehmen. Beides sind Mittel der wirtschaftlichen Selbsthilfe, die einem Stand, der so wie der Großhandel die Bedeutung des freien Individuums, der Eigenverantwortlichkeit, der Wirtschaftsfreiheit betont, auch entschieden besser anstehen als etwa das Rufen nach Staatshilfe.

1. Kollektivmaßnahmen.

a. Der Verbandszusammenschluß.

Die Träger des Abwehrkampfes sind in erster Linie die Verbände. Gerade im Baumwollwarengroßhandel treten die sonst vielfach anzutreffenden Gründe zum Verbandszusammenschluß — Regelung der Konkurrenz untereinander durch Konditionen- oder Preisfestsetzung — zurück hinter dem ausgesprochenen Bestreben, den Ausschaltungsbestrebungen einen Damm entgegenzusetzen. Das wird auch in dem Arbeitsprogramm, das zur Gründung des Reichsverbandes des Baumwoll- und Leinenwarengroßhandels e. V., Berlin, am 24. 2. 1928 herausgegeben wurde [213]), klar ausgesprochen. Die Stellung zum Verband ist infolgedessen eine positivere geworden. Dem neuen Verbande, der zwecks einheitlicher Vertretung der Gesamtinteressen des Baumwollwarengroßhandels die bisher getrennten drei Fachverbände des Baumwollwarengroßhandels [214]) in sich aufnahm, schlossen sich viele bedeutende Firmen an, die den Verbandszusammenschluß bisher lediglich als Einengung ihrer Bewegungsfreiheit betrachtet hatten. Der größte und gefährlichste Außenseiter, die Firma Gebr. Simon, die bis dahin niemals einem Verbande angehört hatte, war bezeichnenderweise an der Neugründung sehr maßgeblich beteiligt.

---

[212]) Auf den Großhandelstagungen der letzten Jahre z. B. hat man die brennend gewordene Frage der Ausschaltung nur gestreift. Vgl. Textilwoche vom 12. 10. 1928, Berliner Tageblatt vom 2. 11. 1928.

[213]) Vgl. Hannoverscher Kurier vom 23. 2. 1928.

[214]) Zentralverband der Baumwollwarenausrüster, Verband der Kattungroßisten, Verband der Großhändler bunter Webstoffe und Leinenwaren.

b. Boykottmaßnahmen.

Als Verbandsmaßnahme kommt zunächst die Boykotterklärung gegenüber einzelnen Fabrikanten, die unter Ausschaltung des Großhandels die Abnehmerschaft direkt beliefern, in Betracht. Dieser Weg wurde auch mehrfach beschritten, so z. B. gegenüber dem Süddeutschen Spinnweber-Verband 1920, gegenüber Dierig 1921. Der Boykott gegen Dierig wurde schon 1922 in Verhandlungen mit dem Veredlungsverband, dem Dierig als Selbstveredler angehörte, wieder aufgegeben. Aber auch abgesehen davon konnten diese Maßnahmen keinen Erfolg zeitigen, da einerseits die boykottierten Fabrikanten ja bewußt auf den Baumwollwarengroßhandel als Kunden verzichtet hatten und bei einem Boykott in der Belieferung des Einzelhandels nur noch bestärkt wurden, und da andrerseits viele Großhändler aus mangelndem Solidaritätsgefühl den Boykott nicht mitmachten. Der S. S. V. verkauft auch heute noch Teile seiner Rohwarenproduktion an den Ausrüstungsgroßhandel, andere Großhändler lassen bei Dierig im Lohn ausrüsten. In letzter Zeit hat man daher auf offizielle Boykottmaßnahmen verzichtet und pflegt lediglich die Mitglieder auf derartige Firmen hinzuweisen und ihnen anheimzustellen, nicht hiervon zu kaufen. Die bevorstehende Eröffnung der Direktstoffläden der Vereinigten Textilwerke Wagner & Moras A.-G. veranlaßte z. B. eine Konferenz der beteiligten Textilgroßhandels- und Einzelhandelsverbände, in der jedoch Beschlüsse nicht gefaßt wurden, sondern nur zum Ausdruck kam, daß die Abnehmer voraussichtlich keinerlei Stoffe mehr von W & M beziehen würden [215]). Aber ein solcher Hinweis hindert z. B. den Futterstoffgroßhandel nicht, nach wie vor die große Produktion des Konzerns in baumwollenen, halbwollenen und kunstseidenen Futterstoffen aufzunehmen, für die sich wegen des gänzlich anders gearteten Abnehmerkreises (Schneider) in den Direktläden nur geringe Absatzmöglichkeiten bieten.

c. Verbandsvereinbarungen.

Die Mittel, mit denen der Reichsverband, der bei ca. 350 in Betracht kommenden Firmen 120 Mitglieder zählt [216]), der unmittelbaren Belieferung der Abnehmer entgegenzutreten sucht, erstrecken sich also mehr auf gütliche Vereinbarungen als auf diese Zwangsmittel. Dort wo die Fabrikantenverbände auf die Verkaufspolitik ihrer Mitglieder keinen Einfluß nehmen (z. B.

[215]) Vgl. Konfektionär vom 8. 9. 1931.

[216]) Den nachfolgenden Ausführungen liegen Geschäftsberichte, Rundschreiben und Auskünfte des Reichsverbandes zugrunde.

bei den Rohweber- und Buntweberverbänden), sucht er durch Fühlungnahme mit einer Reihe führender Webereien, die den Schwerpunkt ihres Absatzes beim Großhandel haben, eine großhandelsfreundliche Verkaufspolitik durchzusetzen, d. h. die Fabrikanten dazu zu bewegen, entweder den Großhandel ausschließlich zu beliefern oder den nicht großierenden Abnehmer preislich in angemessener Höhe zu differenzieren. Auch an eine generell festzusetzende, prozentuale Sondervergünstigung auf die von Verbandsmitgliedern getätigten Orders wurde gedacht, die auf dem Wege der Abrechnung über den Verband gewährt werden sollte. Durch Empfehlung der großhandelsfreundlichen Webereien in „weißen Listen" suchte man der Gefahr zu begegnen, daß der in Frage kommende Fabrikant den Weg des direkten Absatzes einschlägt.

Praktische Auswirkungen haben auch diese Bestrebungen bisher kaum gezeitigt, und man darf ihnen wohl auch weiterhin skeptisch gegenüberstehen. Die zum Konzern der Vereinigten Textilwerke Wagner & Moras gehörende Firma Hermann Wünsches Erben, mit der ebenfalls solche Verhandlungen geführt wurden, verkaufte schon kurze Zeit darauf unter Umgehung des Großhandels und des Einzelhandels.

Weiterhin kommen als Abwehrmaßnahmen Verhandlungen von Verband zu Verband in Betracht.

Mannigfache Versuche wurden schon vor dem Kriege und auch während der Inflation[217]) gemacht, mit verschiedenen Verbänden, vor allem dem Veredlungsverband, dem Rohweberverband und dem Druckerverband, einen ausschließlichen Verbandsverkehr herzustellen, wie er z. B. beim Samt- und Seidenwarengroßhandel lange Zeit üblich war. Bestrebungen, die aber stets daran scheiterten, daß ein größerer Teil der Großhändler außerhalb des Verbandes blieb. So mußte man sich damit begnügen, für den Großhandel besondere Vergünstigungen gegenüber den Abnehmern der Fabrikanten herauszuholen.

Mit dem Veredlungsverband wurden mehrfach erfolgreiche Verhandlungen über den Abbau der überhöhten Ausrüstungspreise geführt. Diejenigen Weber, die dem Leipziger Verband für ihre Ausrüstungsabteilung angeschlossen waren, profitierten in ihrem Konkurrenzkampf gegenüber dem Großhandel besonders hiervon, da die Ausrüstungslöhne diesen Selbstveredlern nicht nur erhebliche Gewinne sicherten, soweit sie Veredlungsaufträge hereinnahmen, sondern ihnen auch die Möglichkeit gaben, die Eigenausrüstung entsprechend billiger zu kalkulieren. 1930 mußten die Preisbindungen des Kartells für die Lohnveredlung infolge stän-

217) Siehe S. 39.

diger Unterbietung seitens der Kartellmitglieder überhaupt aufgehoben werden.

Verhandlungen, die darauf abzielten, die Umsätze der Mitglieder des Großhandelsverbandes als einen Gesamtumsatz zu werten und auf diesen Gesamtumsatz einen erhöhten Rückvergütungssatz zu gewähren, führten, z. T. auch infolge Wegfalls der Mindestveredlungslöhne, zu keinem praktischen Ergebnis.

Größere Erfolge konnten auf dem Gebiete der Druckwaren erzielt werden. Während in den anderen Zweigen der Baumwollwarenbranche kartellartige Vereinbarungen, etwa mit den Rohwebern und Buntwebern, schon an der großen Zahl und Differenziertheit der in Betracht kommenden Betriebe scheitern, wurde hier die Verständigung durch die geringe Zahl der großen, maßgeblichen Stoffdruckereien (augenblicklich neun Unternehmungen, die Lohndrucker kommen nur für Stapelware in Betracht) und die relativ geschlossene, verbandsmäßige Organisation der Kattungroßisten erleichtert.

Vor dem Kriege war Druckware ein beliebter Schleuderartikel. In der Nachkriegszeit änderte sich das infolge Vereinbarungen zwischen den Stoffdruckereien und dem Kattungroßhandel, wobei die beiderseitigen Verbände, wenn auch nicht als offizielle Vertragspartner, so doch mittelbar beteiligt waren. Es wurden von Saison zu Saison Mindestpreisaufschläge festgesetzt, die von den Großhändlern gegenüber ihren Abnehmern bei Gefahr des Lieferungsausschlusses eingehalten werden mußten, eine Verkaufsregelung, die später allerdings wesentlich gelockert wurde. Der Großhandel genoß außerdem den vollen Schutz der Drucker, die andere Abnehmer bis 1926 nicht belieferten. Von dieser Zeit ab gingen die Drucker infolge der großen Umsatzrückgänge bei den Großisten dazu über, die großen Warenhauskonzerne direkt zu beliefern [218]).

Nach Gründung des Reichsverbandes des Deutschen Baumwoll- und Leinenwarengroßhandels wurde mit der Vereinigung Deutscher Stoffdruckereien ein neues Abkommen getroffen, durch das der frühere Preisschutz wiederhergestellt und dem Großhandel eine mäßige Verdienstspanne gesichert wurde. Die von den Druckern belieferten Großhändler mußten sich zu einem Mindestaufschlag von 13 Prozent auf die Einkaufspreise verpflichten und erhielten gleichzeitig vor allen sonstigen Abnehmern einen Großhandelsbonus von 5 Prozent zugebilligt. Außerdem wurden in dem Abkommen Richtpreise festgelegt, die um 6 Prozent über den Mindestwiederverkaufspreisen lagen, aber einen Preisschutz seitens der Drucker nicht genossen. Ferner wurden Teilzahlungszu-

[218]) Siehe S. 76.

schläge bei der Abgabe von weniger als ganzen Stücken eingeführt [219]).

Mit dieser Bevorzugung des Großhandels waren jedoch vor allem die 5 großen Warenhauskonzerne nicht einverstanden, die gleichfalls Belieferung zu Großhandelsbedingungen beanspruchten und damit drohten, andernfalls ihre Druckwarenaufträge ins Ausland zu legen. Da die Forderung der Konzerne für den Großhandel an der Absatzregelung praktisch nichts änderte und ein Kampf gegenüber diesen Großabnehmern auf die Dauer doch aussichtslos war, verständigte man sich. In dem seinerzeit viel erörterten Abkommen vom August 1928 [220]) verpflichtete sich der Großhandel, sich bei allen Verhandlungen mit den Lieferanten dafür einzusetzen, daß die dem Großhandel kollektiv gewährten Vorteile auch der Interessengemeinschaft der Warenhauskonzerne, aber auch nur diesen, zugute kommen sollten, die damit als gleichberechtigte Partner mit Großistenfunktionen anerkannt wurden. Andrerseits verpflichteten sich die Warenhäuser, die Verkaufspreise für Druckwaren mit dem Großhandelsmindestaufschlag zuzüglich des normalen Einzelhandelsaufschlag auf den Einstandspreis zu kalkulieren, wodurch die für den Großhandel bzw. seine Abnehmer wichtige Gewähr dafür geschaffen war, daß die Warenhäuser ihre Einkaufsmacht nicht durch Preisunterbietung zu Ungunsten der anderen Einzelhändler ausnutzten und den Markt durch Schleuderverkäufe beunruhigten. Außerdem gaben die Warenhäuser die allerdings ziemlich bedeutungslose Zusicherung, ihren Spitzenbedarf vorzugsweise bei den Mitgliedern des Verbandes zu decken.

Dieses Bündnis zwischen Großhandel und Warenhäusern und die Meistbegünstigung, die den „Big Five" unter Assistenz des Großhandels eingeräumt wurde, führten zu heftigen Angriffen seitens des übrigen Einzelhandels, vor allem der Großabnehmer, die nicht in das Abkommen einbezogen wurden. Eine Anzahl von Einkaufsverbänden nutzte die günstige Gelegenheit und suchte mit eigenen Kollektionen nunmehr auch in das Druckwarengeschäft einzudringen. Um ihnen dieses Propagandamittel gegen den Großhandel zu entwinden und den stimmungsmäßigen Widerständen Rechnung zu tragen, wurde der Vertrag im Oktober 1929 in gegenseitiger Übereinkunft wieder gelöst, zumal sich Unzuträglichkeiten auch dadurch ergeben hatten, daß die Warenhauskonzerne ihre Anschlußkundschaft zu den günstigen Bedingungen mitversorgten. Die beabsichtigte kalkulatorische Regelung der Druckwarenverkaufspreise im Einzelhandel fiel damit gleichfalls weg.

219) Vgl. Enquêteband Textilgroßhandel, a. a. O., S. 235, 247 ff.

220) Vgl. Neue Züricher Zeitung vom 22. 11. 1928, Berliner Tageblatt vom 13. 11. 1929, Magazin der Wirtschaft, IV. Jahrg., S. 1591.

Auch die Bindungen zwischen dem Großhandelsverband und dem Stoffdruckerverband wurden später fallen gelassen. An ihre Stelle traten jedoch Reversverträge zwischen den einzelnen Firmen mit gleicher Wirkung. Der Großhandel und die 5 Warenhauskonzerne werden nach wie vor zu Vorzugsbedingungen beliefert, und der Druckwarengroßhandel wird seine Position in diesem Verteilungsgebiet wahrscheinlich behaupten können.

d. Sonstige Verbandstätigkeit.

Neben diesen Hauptaufgaben erstreckt sich die Verbandstätigkeit auf Beratung und Unterstützung in allgemeinen Fragen, wie Steuer, Anmahnung von Außenständen und Unterrichtung über zweckmäßige technische und organisatorische Methoden der Betriebsgestaltung. Besonders bemühte man sich um den Ausbau einer vergleichenden Betriebsstatistik, die Aufschluß über die Entwicklung der Umsätze und Unkosten gibt und jede Einzelfirma an Hand ihres Rentabilitätsergebnisses die Schwächen ihres Betriebs im Vergleich zu andern erkennen und zu beheben lehrt. Wenn also die Verbandsarbeit nunmehr auch beim Baumwollwarengroßhandel einen stärkeren betriebswirtschaftlichen Einschlag bekommt, so kann er doch ebensowenig wie die meisten anderen Großhandelszweige auch nur annähernd mit Umsatz-, Kosten- und Lagerziffern wie die Gruppen des Einzelhandels aufwarten. Für den Verband scheint sich hier noch ein weiteres Tätigkeitsfeld zu bieten.

e. Gemeinschaftseinkauf.

Die Frage des gemeinsamen Einkaufs ist verschiedentlich innerhalb und außerhalb des Verbandes in die Debatte geworfen worden. In dem Gründungsprogramm des Reichsverbandes heißt es z. B.: „Ein weiterer Schritt zur Stärkung der Einkaufsmacht des Großhandels könnte dadurch getan werden, daß sich Großhandelsfirmen zur Vergebung gemeinsamer größerer Aufträge, zumal in Stapelartikeln zusammenschließen und so ihre Einkaufsmacht erhöhen.“ Auch später wurde die Zweckmäßigkeit der Bildung von Einkaufsvereinigungen innerhalb des Baumwollwarengroßhandels lebhaft besprochen, ohne daß es bis heute zu einem solchen Zusammenschluß gekommen ist. Obwohl die Erfahrungen der wenigen bestehenden Großhandelseinkaufsverbände [221]) günstig sind und die zentralisierte Erledigung der Einkaufsfunktionen

[221]) Bis heute gibt es 4 Vereinigungen, deren Tätigkeitsbereich meist der gemeinsame Einkauf von Strumpf- und Wirkwaren, bei einer auch der von Herrentuchen und Futterstoffen ist.

mancherlei Vorteile bringt, vor allem die Stellung gegenüber der Industrie stärkt und die Konkurrenzmöglichkeiten verbessert, sind anscheinend die Hemmnisse zu groß. Zunächst kommt der Gemeinschaftseinkauf nur für solche Artikel in Frage, bei denen das Risiko nicht zu groß, individueller Geschmack und schneller Entschluß nicht von ausschlaggebender Bedeutung sind. Gerade diese Momente spielen aber im Baumwollwarengroßhandel eine große Rolle. Die Notwendigkeit, den individuellen Einkauf aufrecht zu erhalten, in dem sich die persönliche Initiative des Großhändlers nicht weniger entscheidend als auf dem Verkaufsmarkt auswirkt, die gewohnheitsmäßige Abneigung der Unternehmer gegen Bindungen irgendwelcher Art, Schwierigkeiten sachlicher, persönlicher, örtlicher und organisatorischer Natur stehen der Zusammenarbeit auf diesem Gebiete entgegen.

f. Branchenbanken.

Auch Möglichkeiten, durch Schaffung einer eigenen Kreditorganisation die finanzielle Leistungsfähigkeit des Großhandels zu heben und seiner Kapital- und Kreditnot abzuhelfen, sind mehrfach erörtert worden. Kurz nach der Stabilisierung waren beim Zentralverband des Deutschen Großhandels Bestrebungen im Gange, durch Kreditnahme beim Ausland unter gemeinsamer Haftung der Verbandsmitglieder die Kapitalbeschaffung zu erleichtern[222]. Der Plan scheiterte aber an dem ausgeprägten Individualismus der maßgebenden Großhandelskreise. Auch der Vorschlag Bernhards[223], dem Großhandel durch Gründung von Branchenbanken die Aufnahme von Fremdkapital zu erleichtern und zu verbilligen, kann nicht als fruchtbringend angesehen werden und stößt im Großhandel auf noch weit beträchtlichere Schwierigkeiten als im Einzelhandel. Die weit entwickelte Spezialisierung des Großhandels bietet kein geeignetes Fundament für die ohnehin sehr anfechtbare Kreditgewährung durch Spezialbanken.

g. Baumwollwarenpropaganda.

Die Frage, wie dem starken Rückgang des Baumwollwarenverbrauchs[224] begegnet werden kann, fällt ebenfalls in das Gebiet der Kollektivmaßnahmen. In Betracht kommt hierbei vor allem die Teilnahme an Gemeinschaftsaktionen zur stärkeren Pro-

222) Vgl. Schmidt, a. a. O., S. 291 (Anm.).
223) Bernhard, Wege der Absatzfinanzierung für den Großhandel.
224) Siehe S. 62 ff.

pagierung des Baumwollartikels und damit zur Erhaltung und Erweiterung der Absatzmöglichkeiten für Baumwollwaren.

Zweifellos ist es möglich, den Absatz an Baumwollwaren wieder stärker zu beleben, wenn das Interesse der Verbraucherschaft wieder mehr darauf gelenkt wird, und die Möglichkeiten, den Baumwollartikel anziehend und neuartig zu gestalten, richtig ausgenutzt werden. Zu dieser „Renaissance der Baumwolle" gehören freilich besondere Anstrengungen in der Fabrikation, modische Pflege seitens der Konfektion und das verstärkte Interesse des Großhändlers mit Anregungen zu qualitativen Änderungen, zu neuen Webeffekten, neuen Farbwirkungen und Veredlungsarten. Die Stoffdruckerei und in jüngster Zeit auch die Buntweberei haben bewiesen, daß ihre Erzeugnisse durch Modernisierung der Muster und geschmackvolle Farbkompositionen erheblich reizvoller gemacht werden konnten, wozu allerdings auch die Mitverarbeitung von Kunstseide wesentlich beigetragen hat. Für das Geschäft in glatter, weißer Ausrüstungsware freilich, das unter dem Rückgang des Bedarfs an gewebter Wäsche und der zunehmenden Nachfrage nach gewirkter, kunstseidener Unterkleidung besonders zu leiden hatte, sind die Möglichkeiten, den Verbrauch anzuregen, beschränkter. Hier ließe sich vor allem an eine stärkere Mitverarbeitung der Kunstseide denken, die mit ihrem Glanz und ihrer Weichheit in Verbindung mit der Haltbarkeit und Billigkeit der Baumwolle so viele Variationsmöglichkeiten bietet, daß auch auf diesem Gebiete des Textilbedarfs neue und kaufanregende Wirkungen ohne große Preisverteuerung erzielt werden können.

Anregungen und Versuche zur Belebung des Baumwollartikels gingen in den letzten Jahren zunächst von der Fachpresse, ferner von einzelnen großen Textilwerken (Dierig) aus. Im Herbst 1930 konstituierte sich ein Aktionsausschuß, in dem vor allem Baumwollwebereien, daneben Spinnereien, Baumwollwarengroßhändler und Rohbaumwollhändler vertreten waren, und der eine zielbewußte und großzügige Gemeinschaftspropaganda in Angriff nehmen sollte [225]). Anscheinend fehlt jedoch bisher noch die unbedingt erforderliche, starke finanzielle Fundierung für den Werbefeldzug, der nicht kurzfristig, sondern auf lange Sicht hinaus betrieben werden soll. Aufgabe des Baumwollwarengroßhandels ist es jedenfalls, bei der bevorstehenden Propagandaaktion in einer seinen Kenntnissen und Erfahrungen und seinem immer noch bedeutungsvollen Gewicht entsprechenden Weise mitzuwirken.

---

[225]) Vgl. Rheinisch-Westfälische Zeitung Nr. 557 vom 31. 10. 1930.

2. *Gegenmaßnahmen der einzelnen Unternehmungen.*

Auch dort, wo die Initiative von den einzelnen Großhandelsunternehmungen ausgeht, bleibt der Ausgangspunkt der Gegenmaßnahmen das Bestreben, den Absatz sicherzustellen oder gar zu steigern und die verlorene Position wieder zu erobern. Mehr als bei den Kollektivmaßnahmen kann sich hier die Erkenntnis des Großhandels auswirken, daß er wie keine andere Betriebsform auf selbständiges Wagen und schnelle Anpassung an tiefgreifende Umstellungen des gesamten Wirtschaftskörpers und an die Erfordernisse des Tages angewiesen ist, daß er Richtung und Art seiner wirtschaftlichen Tätigkeit von Augenblick zu Augenblick wechseln muß, sobald es die jeweiligen Verhältnisse gebieten.

a. Integrationsbestrebungen.

Gegenüber den sein Dasein bedrohenden Integrationstendenzen von Produktion und Einzelhandel neigt der Großhandel selbst zum Hinübergreifen in eine dieser Sphären und wehrt sich, wo er besonders kapitalstark ist, durch Verfolgung gleichgerichteter Tendenzen.

Der ständige Warenmangel bis zur Stabilisierung, die in der Inflation mit voller Macht einsetzenden Ausschaltungstendenzen seitens der Industrie, die Notwendigkeit, den Apparat auszunutzen, brachten den Großhandel zunächst zu dem Glauben, daß er die Einengung seiner Verteilungsaufgaben nur überwinden könne, indem er selbst in die Produktion eindrang und die industrielle Integrationsbewegung von sich aus aufnahm. Er schob seine finanzielle Macht dort ein, wo ihn die Entwicklung herauszudrängen suchte. Eine ganze Reihe bedeutender Webwarengroßhandlungen gliederte sich damals Webereien, mitunter auch kleinere Ausrüstungsanstalten an oder beteiligte sich an solchen.

Im allgemeinen zeigte aber die Entwicklung seit der Stabilisierung, daß die Konzernbildung seitens des Handelns zu sehr von den außergewöhnlichen Voraussetzungen der Inflation ausging, als daß sie bei Rückkehr normaler Wirtschaftsverhältnisse tragbar gewesen wäre. Die Bindung an größere Fabrikationsunternehmen hinderte den Großhandel, alle Vorteile des Marktes für sich auszunutzen, und absorbierte andrerseits bei den erhöhten Schwierigkeiten der Produktion seit der Stabilisierung etwaige Gewinne, die das Großhandelsgeschäft abwarf.

In dieser Erkenntnis haben manche Firmen z. B. Gebr. Simon ihre Fabrikationsinteressen nach der Stabilisierung sämtlich abgestoßen. Andere weniger weitsichtige Webwarengroßhandlungen, z. B. die bedeutende Baumwollwarengroßhand-

lung Hermann Meyer A.-G., Köln, die ebenfalls größere Webereiinteressen hatte, sind an der mangelnden Bewegungsfreiheit und zumal dort, wo die Angliederungen nicht wählerisch und solide genug vorgenommen waren, zu Grunde gegangen. Wieder andere Großhändler besitzen aber auch heute noch Webereibeteiligungen oder eigene Webereibetriebe, die z. T. auch mit Erfolg arbeiten. So hat sich 1927 die Futterstoff A.-G., Frankfurt, die Mechanische Buntweberei Lahr angegliedert. Die Webstoff-Aktiengesellschaft, Gladbach-Rheydt, ein größerer Textilhandelskonzern, besitzt eine eigene Fabrikationsfirma, die Gesellschaft für Baumwollindustrie m. b. H., die lt. Zeitungsnotizen in den letzten Jahren ganz befriedigend gearbeitet hat. Die Braunsberg & Co. A.-G., Berlin-Hannover, nach Simon das bedeutendste Unternehmen der Branche (A.-K. 4,8 Mill.), erwarb während der Inflation mehrere Webereien und auch beträchtliche Produktionsbeteiligungen, die aber später größtenteils wieder aufgegeben werden mußten. Neuerdings hat Braunsberg sich zur Einschränkung des Großhandelsgeschäfts entschlossen und vertreibt nur noch die Fabrikate aus eigener Weberei und Ausrüstung [225a]). Die Bilanz bietet kein sehr erfreuliches Bild, Dividende ist seit der Stabilisierung nicht gezahlt worden [226]).

Im allgemeinen ist jedoch die Eigenproduktion des Großhandels in angegliederten Webereien oder gar Ausrüstungsanstalten relativ gering, zumal die Zahl der großen, finanzkräftigen Firmen heute beschränkt ist. Meist deckt sie auch nur einen Teil des Gesamtbedarfs. Von wesentlich größerer Bedeutung ist dagegen die stark verbreitete Interessennahme an der Weiterverarbeitung durch Eigenherstellung von Kleinkonfektion (Wäsche, Schürzen, Berufskleidung), die den oben angedeuteten Schwierigkeiten nicht unterliegt, da sie wie die ganze Konfektion einen wesentlich händlerischen Charakter trägt und den Unternehmer nur in geringem Maße mit stehendem Kapital und mit verhältnismäßig unkomplizierten Fabrikationsaufgaben belastet.

In den letzten Jahren sind, um den Ausschaltungstendenzen zu begegnen und den Absatz zu sichern, eine Anzahl bedeutender Textilwarengroßhandlungen dem Gedanken näher getreten, eine engere Verbindung mit dem Einzelhandel einzugehen. Diese kommt allerdings weniger für den spezialisierten Baumwollwarengroßhandel in Frage als für solche Firmen, die ein umfassenderes,

---

[225a]) Heute besitzt die Braunsberg & Co. A.-G. noch die Buntweberei und Färberei Münchberg, die Mech. Weberei Niederorschel A.-G. und die Baumwollweberei Vahrenwald G. m. b. H. Hannover.

[226]) Magazin der Wirtschaft IV. Jahrg. S. 1883.

möglichst auf das ganze Gebiet des Textilwarengroßhandels ausgedehntes Sortiment führen (Sortimentsgroßhandel).

In Betracht kommt zunächst die Angliederung eigener Einzelhandelsfilialen oder die maßgebliche Beteiligung an Detailgeschäften mit dem Recht ausschließlicher Belieferung. Zuweilen werden die Filialen auch unter einem Decknamen geführt, um die übrige Einzelhandelskundschaft nicht vor den Kopf zu stoßen. So besitzt z. B. die Westdeutsche Handels A.-G., Köln, (5 Mill. A.-K.) 15 größere Einzelhandelsfilialen unter fremden Namen, daneben auch eine Anzahl Beteiligungen. Die Textilwarengroßhandlung Friedr. Gronau, Leipzig, beliefert 13 eigene Filialen. Ein großer Textilwarengroßhändler (Umsatz 1928 32 Mill. M.) berichtete vor dem Enquêteausschuß über die Gründung von 5 mit gutem Erfolg betriebenen Manufakturwarengeschäften[227]). Auch Kleiderstoff- und Druckwarengroßhandlungen gliedern sich manchmal Detailläden an. Immerhin bleibt zu beachten daß der Schwerpunkt der Absatzbasis meist auch weiterhin bei dem Umsatz mit fremden Geschäften liegt.

Auch das System der Anschlußkunden ist von einigen Großhandelsfirmen durchgeführt worden. Größere Textilwarengroßhandlungen haben sich einer Anzahl Einzelhandelsfirmen als Einkaufs-konzern vorgelagert und üben für diese durch festen Vertrag an sie gebundenen Detaillisten die Tätigkeit des Eigenhändlers und Einkaufskommissionärs aus, wobei das kapitalmäßige Schwergewicht meist durchaus beim Großhändler liegt. Damit hat sich der Großist einen festen Kundenkreis und ein sicheres Absatzfundament geschaffen. Nach den Insolvenzen von Küchel-Rothmann A.-G. und Adolf Kahn A.-G., Berlin, allerdings könnte es fast scheinen, als ob diese Konstruktion nicht sehr erfolgreich wäre. Die Gefahr liegt nahe, daß nur kapitalschwache, schlecht fundierte Einzelhändler, die bei den eigentlichen Einkaufsvereinigungen nicht angenommen werden, sich entschließen, eine derartige Bindung gegenüber ihrem Wirtschaftspartner, dem Großhändler, einzugehen. Jedoch scheint sich bei anderen Firmen diese Absatzform durchaus bewährt zu haben. Erwähnt seien z. B. die Textilgroßhandlung Zeeck G. m. b. H. mit 20 Anschlußkunden, die Firma M. Forell & Co., Berlin, mit 100 Anschlußfirmen. Auch die Westdeutsche Handels-Gesellschaft beliefert außer ihren Filialen und Beteiligungen eine Reihe von Anschlußkunden.

[227]) Enquête über den Textilgroßhandel, a. a. O., S. 135. „Wenn wirklich der Großhandel ausgeschaltet werden sollte, dann werden wir unsern Umsatz mit eigenen Geschäften machen. Aus diesen Erwägungen heraus haben wir uns Einzelhandelsgeschäfte angegliedert, wir wollen Erfahrungen sammeln".

b. Spezialisierung oder Warenhaus-Engros?

Im Zusammenhang hiermit steht die Frage: Warenhaus-Engros oder Spezialisierung nach Warengruppen? Welches die geeignetste Betriebsform ist, läßt sich allgemeingültig nicht beantworten, denn, wie immer wieder betont werden muß, im Baumwollwarengroßhandel wie im ganzen Textilgroßhandel sind in jedem einzelnen Falle die Verhältnisse immer wieder anders geartet. Hier mag der Erfolg beim spezialisierten Großhändler liegen, dort beim Sortimentsgroßisten. —

Die Bedeutung der Sortimentsfunktion wurde schon früher gewürdigt[228]). Der ausgesprochene Sortimentsgroßist beschränkt sich nun nicht auf eine oder mehrere verwandte Warengruppen, sondern bringt eine das gesamte Gebiet des Textilwarengroßhandels umfassende, reichhaltige Kollektion[229]) in Baumwollwaren, Kurzwaren, Strumpf- und Wirkwaren, Weiß- und Wollwaren, fertiger Klein- und Großkonfektion usw., deren Mannigfaltigkeit dem Abnehmer bedeutende Vorteile verschafft, da er seinen Bedarf an Hunderten von verschiedenen Artikel bequem an einer Stelle decken kann, wo er dann auch als Großkonsument zu günstigen Preisen und Konditionen bedient wird. Besonders wertvoll ist das für die Landkundschaft in Gegenden, in die der nur für eine Warengruppe arbeitende Großist selten gelangt, da er dort niemals lohnenden Absatz fände. Dem Großhändler andrerseits ermöglicht ein derartiges warenhausähnliches Sortiment eine von den Saisonschwankungen ziemlich unabhängige, stetige Beschäftigung das ganze Jahr hindurch, die den Unkostenetat, insbesondere die Reisespesen, wesentlich herabmindert, da der Reisende das ganze Jahr hindurch mit wechselnden Artikeln seine Zeit ausnützen kann.

Auch die Aufnahme eigener Herstellung von Kleider-, Wäsche- und Schürzenkonfektion, die vielfach in großem Umfange betrieben wird, hat Erfolg gehabt, da diese Firmen ihrer Kundschaft gegenüber selbst als Fabrikanten in diesen Artikeln auftreten können.

Wenn auch vor dem Kriege die Tendenz zur Spezialisierung in den einzelnen Zweigen des Textilgroßhandels durchweg vorherrschte, so gab es diesen Großhandelstyp doch auch schon damals. In der Nachkriegszeit vermochten einzelne große Firmen dieser Art gute Erfolge zu erzielen und ihren Betrieb bedeutend

228) Siehe S. 20.

229) Ein solcher Großhändler berichtete vor dem Enquêteausschuß, daß seine Kollektion ungefähr 30 000 Artikel umfasse! (Der selbständige Textilgroßhandel, a. a. O., S. 196). Ein solches Sortiment ist aber zweifellos eine Ausnahme. Durchschnittlich kann man vielleicht mit dem zehnten Teil rechnen.

zu vergrößern. An Hand einzelner Vernehmungsergebnisse vor dem Enquêteausschuß glaubte auch ein Teil der Fachpresse in etwas übertriebenem Optimismus und doch wohl nicht ohne weiteres zulässiger Verallgemeinerung eines solchen Beispiels einen allgemeinen Aufschwung des Sortimentsgroßhandels oder gar des Textilgroßhandels konstatieren zu können[230]). Sicher kann in der Vielseitigkeit eine große Stärke des Großhandels liegen, daß sie aber nicht ausschlaggebend für den Erfolg zu sein braucht, lehrt eine Reihe anderer Beispiele, wie das von Gebr. Simon, die auch glaubten, durch Aufnahme immer neuer Artikel ihren Absatz und Gewinn heben zu können. Vor allem aber ist darauf hinzuweisen, daß diese Form des Großhandels immer nur auf verhältnismäßig wenige Firmen beschränkt ist, denen die ganz besonders weitreichende Kapital- und Kreditbasis und die Erfahrungen zur Verfügung stehen, die ein solch ausgedehntes Arbeitsgebiet erfordert.

Andrerseits hat sich auch der entgegengesetzte Weg der Spezialisierung vielfach als der richtige erwiesen, d. h. Beschränkung auf eine ganz bestimmte Warengruppe, aber innerhalb dieser Gruppe reichstes Sortiment. Manchen Firmen wird es durch die Beschränkung auf eine geringere Artikelzahl ermöglicht, sich an die geänderten Verhältnisse anzupassen und ihre Leistungsfähigkeit trotz geschwundener Kapitalkraft und größeren Kapitalbedarfs aufrecht zu erhalten.

Im Zusammenhang hiermit hat sich beim spezialisierten Großhandel die Einführung von Spezialfabrikaten mit Markenartikelcharakter als erfolgreich erwiesen. Es handelt sich dabei nicht um Markenartikel im engeren Sinne mit Einheit-ausstattung und Preisbindung, sondern um eine durch den Namen gebotene Qualitätsgarantie der Ware, die den Artikel gewissermaßen stabilisiert, und von selbst für die Aufrechterhaltung einer Nachfrage sorgt, die sonst nicht in dieser Gleichmäßigkeit vorhanden sein würde.

Die großen Stoffdruckereien, die die Notwendigkeit und Bedeutung eines leistungsfähigen Großhandels für das Druckwarengeschäft klar erkannt haben, unterstützen den Großhandel in ähnlicher Hinsicht. Sie haben neuerdings eine Anzahl von „Groß-Mustern" geschaffen, die nur für den reinen Großhandel bestimmt sind und an Warenhauskonzerne und Einkaufsverbände nicht verkauft werden[231]). Von den reservierten Mustern einzelner Großhandelsfirmen, den sogenannten „Engagements", wurde schon gesprochen.

Aber auch sonst bietet die Spezialisierung dort unleugbare Vorteile, wo die Absatzinteressen nicht im Wege

230) Vgl. z. B. Textilwoche vom 4. 10. 1929 und 27. 3. 1931.
231) Vgl. Konfektionär Nr. 17, 1932.

stehen, wo also je nach der Art des Kundenkreises die Abnehmer sich auf den Bezug bestimmter Baumwollwaren beschränken, oder wo die gehandelte Ware weniger Stapel- als Modecharakter trägt. Die Herrenkonfektion und das Maßgeschäft haben nur Bedarf an baumwollenen Futterstoffen, nicht an anderen Baumwollwaren. Hier ist der Boden gegeben für die spezialisierte Futterstoffausrüstung. Der Großhändler konzentriert sich auf ein kleines Gebiet, vermag diesem aber mit umso größerem Nachdruck seine Arbeitskraft, sein Kapital und seine Warenkenntnisse zu widmen. Er kann eine größere Auswahl führen und auch weniger gekaufte Qualitäten, seltenere Dessins ausrüsten lassen.

Ähnliches gilt auch für den Handel in modischen Spezialartikeln, also auch für das Druckwarengeschäft, das durch die modische Renaissance der Baumwolle neuerdings besonders bevorzugt wird und dem Großhändler, der mit einer umfassenden Kollektion in geschmackvollen, ansprechenden Neuheiten auf den Markt kommt, ein ergiebiges und ausreichendes Tätigkeitsfeld bietet. Dagegen dürfte sich für solche Zweige des Baumwollwarengroßhandels, die der Gefahr der Ausschaltung am meisten ausgesetzt sind, also für das Ausrüstungs- und Buntwarengeschäft, die Spezialisierung weniger empfohlen. Diese Unternehmungen werden sich im allgemeinen besser halten können, wenn sie in der Lage sind, ihrer Kundschaft ein umfassendes Sortiment in den verschiedensten Textilwaren zu bieten.

c. Wiederherstellung der Großhandelsfunktion.

Auch in jeder anderen Hinsicht muß der Großhandel danach trachten, im Rahmen seiner finanziellen Möglichkeiten durch Steigerung der Leistungsfähigkeit in der Erfüllung seiner Funktionen dem Fabrikanten und vor allem dem Abnehmer wieder größere Vorteile zu bieten. Sicher gibt es noch eine Anzahl übertrieben konservativ eingestellter Betriebe mit an überholten Anschauungen besserer Tage hängender, überalterter Leitung. Der weitblickende Großhändler hat sich damit abgefunden, daß umfangreiche Kreise des Einzelhandels ihre Stammorders direkt zum Fabrikanten geben, und sich bewußt darauf eingestellt, hier als „Lückenbüßer" zu fungieren, d. h. plötzlich auftretenden Bedarf, der vom Fabrikanten wegen Lieferschwierigkeiten nicht sofort gedeckt werden kann, seinerseits zu befriedigen. Eine derartige Einstellung, deren Vorteile infolge der großen Zahl dieser Zwischenorders nicht zu unterschätzen sind, bedingt natürlich ebenso wie die Bedürfnisse der dem Großhandel verbliebenen

kleinen und schwächeren Abnehmerfirmen der Konfektion und des Einzelhandels eine reichhaltige, alle Wünsche der Kundschaft berücksichtigende Lagerhaltung, die durch großzügige Kreditgewährung ergänzt werden muß.

d. Betriebsrationalisierung.

Für diese Wiederherstellung der Großhandelsfunktion ist allerdings erforderlich, daß auch innerhalb des Betriebes das Prinzip der größtmöglichen Wirtschaftlichkeit verwirklicht wird. Trotz allen Redens und Schreibens und trotz dankenswerter Versuche einiger Verbandsleiter ist die Übersicht über den Vermögensstand und Geschäftsablauf bei vielen Betrieben noch sehr unvollkommen. Der Sinn und überaus hohe Wert der Betriebsstatistik und eines guten Rechnungswesens, die Bedeutung, die die Erforschung des Betriebslebens für eine rationelle Wirtschaftsführung besitzt, werden bisher nur von einem Teil der Großhändler hinreichend gewürdigt. Bei den größten Unternehmungen freilich hat das Beispiel der amerikanischen Versandhäuser in dieser Hinsicht befruchtend gewirkt, und die Unkosten konnten durch rationalisierte Betriebsführung (Einführung arbeitsparender Maschinen, Mechanisierung der Transportwege, Kraftwagenpark mit feststehendem Fahrplan, statistische Erfassung der Bedarfsschwankungen usw.) erheblich herabgedrückt werden[232]). Dagegen bleibt für die kleineren und mittleren Firmen auf diesem Gebiete noch manches zu tun.

e. Unternehmungszusammenschlüsse.

Eine weitere Möglichkeit durchgreifender Rationalisierung bietet sich durch engeren Zusammenschluß mehrerer Firmen in Gestalt von Einkaufs- und Verkaufsgemeinschaften oder völliger Fusion. Dieser Weg ist in den letzten Jahren häufig und mit Erfolg beschritten worden. Einige Beispiele nur seien herausgegriffen: Die große Druckwarenfirma E. Friderichs A.-G., Elberfeld, wurde 1928 von Gebr. Simon, Berlin, aufgesogen, die Berliner Futterstoffausrüstungsfirmen Blumenau-Pariser & Co. A.-G. und Henry Hirschfeldt & Co. A.-G. fusionierten ebenfalls, 1930/31 schlossen sich vier größere Druckwaren- und Kleiderstoffirmen zusammen, die Heymann, Welter & Co. A.-G., Heinr. Linden & Co., M. H. Schwab & Schwarzschild G. m. b. H. und Günther Reifenberg & Co. G. m. b. G., sämtlich in Berlin. Eine der bedeutendsten Textilwarengroßhandlungen Elberfelds, die von Baum Komm.-Ges., übernahm im letzten Jahre den Verkaufsapparat und Kundenkreis

[232]) Vgl. Textilwoche vom 20. 12. 1929.

der Peter Schulte A.-G. und der Firma Windmüller & Fischer, beide in Elberfeld. Die Baumwollwarengroßhandlungen R. Otto Schultz, Halle, C. F. Troeger, Zeitz, Fr. Albert Brandt, Leipzig, Textil-Schulz, Königsberg, Braun & Preller, Magdeburg, die auch Wäsche- und Schürzenkonfektion betreiben, bilden schon seit längerer Zeit eine enge Interessengemeinschaft. —

Freilich können sich solche Bestrebungen nur da durchsetzen, wo die persönlichen und sachlichen Voraussetzungen dafür günstig liegen. Unabhängigkeitsstreben und Selbstbewußtsein, wie sie sich in den stark individualisierten Betriebsformen des Baumwollwarengroßhandels besonders stark ausprägen, sind Hemmungen, die gegenüber rein wirtschaftlichen Momenten oft den Ausschlag geben.

Schluß

Zukunftsaussichten

Ob und inwieweit mit einer Erholung des Baumwollwarengroßhandels auf längere Sicht hinaus zu rechnen ist, bleibt vorläufig noch eine offene Frage. Für eine Beantwortung dürfen auch zweifellos nicht allein die schwierigen Verhältnisse unter der augenblicklichen Wirtschaftskrise zugrunde gelegt werden. In weiten Kreisen der Industrie und des Einzelhandels scheint sich eine bedeutsame Wandlung in der Beurteilung des Großhandels zu vollziehen. Man hat teilweise erkannt, daß die neuen Einkaufs- und Absatzformen unter Ausschaltung des Großhandels durchaus nicht ohne weiteres eine Rationalisierung der Textilwirtschaft bedeuten, und sucht bewußt die starken Kräfte zu unterstützen, die innerhalb des Großhandels selbst am Werke sind, um dem bisherigen Niedergang entgegenzuwirken [233]).

Die mündlichen Vernehmungen des Textilgroßhandels vor dem Enquêteausschuß tragen deshalb einen relativ zuversichtlichen Unterton, wobei allerdings zu berücksichtigen ist, daß die

[233]) Vgl. hierzu auch die Rede Silverbergs auf der Dresdener Tagung des Reichsverbandes der Deutschen Industrie: „Das industrielle Unternehmertum erkannte schließlich nach großen Schäden . . ., welche unersetzbare Bedeutung für die Produktion ein leistungsfähiger und interessierter Handel und insbesondere der Großhandel hat, sowohl für die Absatzwerbung wie für die billigste Bedarfsdeckung, wie nicht zuletzt für die Geld- und Kreditvermittlung zwischen Produktion und letzten Konsumenten". (Frankfurter Zeitung Nr. 681, 71. Jahrg.)

Geschäftsentwicklung in den beiden letzten Jahren (1927, 1928) des der Untersuchung zugrundeliegenden Zeitabschnittes ziemlich günstig war. Manche Großhändler glauben auch ihre Stellung stärken zu können, wenn bei ansteigender Konjunktur der Fabrikant nicht mehr in der Lage ist, direkt vom Lager zu liefern und der Einzelhändler wegen der immer länger werdenden Lieferfristen beim Direktbezug einfach gezwungen ist, wieder zum Großhandel zu gehen.

Immerhin ist ein übertriebener Optimismus nicht gerechtfertigt. Seine ehemalige bedeutende Machtstellung dürfte der Baumwollwarengroßhandel jedenfalls nicht mehr zurückgewinnen. Viele Gebiete, vor allem im Stapelwarengeschäft, und zahlreiche, bedeutende Abnehmer bleiben mehr oder weniger für ihn verloren. Eine weitere Ausscheidung nicht genügend leistungsfähiger Betriebe aus dem Wirtschaftsprozeß ist zu erwarten. Immer mehr wird sich das Geschäft in den Händen einer beschränkten Anzahl großer Betriebe vereinigen. Es hat auch keineswegs den Anschein, als ob in absehbarer Zeit die Organisationsentwicklung der Baumwollindustrie, mit der die Zukunft des Großhandels eng verknüpft ist, wieder in die Vorkriegsbahnen fortschreitender Differenzierung und Spezialisierung gelenkt wird. Ebenso wird ein größerer Teil der Einkaufsverbände bestrebt und imstande sein, die wirtschaftlichen Funktionen des Großhandels in dem erforderlichen Maße zu erfüllen und ihn im Verteilungsprozeß voll zu ersetzen. —

Trotzdem wird sich aber dem weitblickenden und vorausschauenden Baumwollwarengroßhändler bei besserer Wirtschaftslage sicherlich wieder ein ausgedehnteres und lohnenderes Betätigungsfeld als jetzt erschließen, sofern es ihm gelingt, seine Leistungsfähigkeit gegenüber Produktion und Abnehmerschaft in dem nötigen Ausmaße zu steigern und beiden Wirtschaftspartnern die Vorteile des Großhandelsabsatzes bzw. Großhandelsbezuges wieder unter Beweis zu stellen. Dafür ist freilich die Verfügung über ausreichende Betriebsmittel wesentliche Voraussetzung. In der Überwindung der Kapitalnot durch Kapitalbildung und Erschließung neuer Kapital- und Kreditquellen hat daher der Großhandel für die nächste Zeit eine seiner wichtigsten Aufgaben zu sehen, deren Lösung für seine Existenz vielleicht von entscheidender Bedeutung sein wird.

Literaturverzeichnis

1. Bücher.

Adreßbuch des Deutschen Großhandels einschließlich des Überseehandels. 2. Auflage, München (Verlag M. Leitner).

Apelt, K.: Die Preisentwicklung der Baumwolle. Schriften des Vereins für Sozialpolitik, 142. Bd., IV. Teil, München 1914.

Ausschuß zur Untersuchung der Erzeugungs- und Absatzbedingungen der deutschen Wirtschaft.

Textilindustrie A (I. Unteraussch. 3. Arbeitsgruppe. II. Teil) Berlin 1929.

Die Grundlagen der Handelsenquête (III. Unteraussch. 9. Arbeitsgruppe, Bd. I) Berlin 1929.

Einzelhandel mit Bekleidung. Teil I und II (III. Unteraussch. 9. Arbeitsgr., Bd. IX, X) Berlin 1930.

Waren- und Kaufhäuser (III. Unteraussch. 9. Arbeitsgr., Bd. XI) Berlin 1930.

Selbständiger Großhandel mit Textilien (III. Unteraussch. 9. Arbeitsgr., Bd. XIII) Berlin 1931.

Bernhard, Georg: Wege der Absatzfinanzierung für den Großhandel. Berlin 1926.

Bickel, M.: Marktbeobachtung und Absatzgestaltung in der deutschen Baumwollindustrie. Nürnberg 1931.

Bolten, Heinrich: Die wirtschaftliche Entwicklung der deutschen Baumwollindustrie. Freiburg 1923.

Brehme, Hans: Die deutsche Baumwollstoff-Druckindustrie, ihre Entwicklung, Organisationsgestaltung und -Ziele unter dem Einfluß des ökonomischen Rationalismus. Frankfurt 1923.

Bruck, W. F.: Abschnitt Baumwollwirtschaft (Artikel „Textilwirtschaft"), Handwörterbuch der Staatswissensch., IV. Aufl., 1. Bd.

— Geschichte des Kriegsausschusses der deutschen Baumwollindustrie, zugleich Abriß der Baumwollwirtschaft während des Krieges. Berlin 1920.

Deutsches Baumwoll-Handbuch, herausgegeben von R. C. Stempel. Bremen, Jahrg. 1914, 1925, 1926, 1927, 1928, 1929.

Die Deutsche Textilindustrie. Handbuch über die deutschen Textil-Aktiengesellschaften für 1932/33. Berlin 1932.

Die Einkaufsverbände. Waren- und Kaufhauskonzerne und Filialbetriebe im Textileinzelhandel. III. Aufl. 1929. Verlag Textilwoche Berlin. (Materialsammlung).

Forck, Günther: Die Entwicklung der Berliner Textilgroßhandelsverbände. Rostock 1926.

Göcke, L.: Die deutsche Textilveredlungsindustrie. Münster 1925.

Grebler, Leo: Das volkswirtschaftliche Problem der industriellen Absatzorganisation. Gießen 1926.

Habig, Hugo: Die deutsche Stoffdruckerei. Köln 1924.

Hagemann, W.: Die Textilwirtschaft. Breslau 1928.
Harder, Hans: Die Konzernbildung in der Textilindustrie. Göttingen 1925.
Heiß, A.: Schleichhandel und Großhandel. Heft 2 der Folge: Der Großhandel und die deutsche Volkswirtschaft. Berlin 1918.
Hirsch, Julius: Der moderne Handel, seine Organisation und Formen und die staatliche Binnenhandelspolitik. Grundriß der Sozialökonomik. V. Abtlg., II. Aufl. 1925.
— Stellung und Bedeutung des Handels in der deutschen Volkswirtschaft, in „Strukturwandlungen der deutschen Volkswirtschaft", II. Bd. Berlin 1928.
— Kettenhandel als Kriegserscheinung.
Ilgen, Ernst: Die Preisentwicklung der Baumwollfabrikate. Schriften des Vereins für Sozialpolitik. 142. Bd., IV. Teil. München 1914.
Israel, Herbert: Die Stellung des Textilwarengroßhandels in der Zeit der Zwangswirtschaft in und nach dem Kriege. Berlin 1926.
Jacobi, Ewald: Untersuchungen über Absatzorganisation und Preisverhältnisse im deutschen Baumwollwarengroßhandel. Berlin 1912.
Joseph, Lothar: Die Entwicklung der Konjunkturen in der deutschen Baumwollindustrie 1870—1913. Frankfurt 1925.
Kriedemann, Alfred: Die Konditionenverbände der deutschen Baumwollindustrie. München 1922.
Knopf, Adolf: Die Wirkungen der Kartelle der Textil- und Bekleidungsindustrie auf die Abnehmer. Karlsruhe 1925, Diss.
Kumpf, Adolf: Artikel „Einzelhandel" im Handwörterbuch der Staatswissenschaften. 4. Aufl., III. Bd., 1926.
Artikel „Großhandel" im Handwörterbuch der Staatswissenschaften. 4. Aufl., Erg. Bd., Jena 1929.
Landauer, Edgar: Handel und Produktion in der Baumwollindustrie. Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik. Erg. Heft. Tübingen 1912.
Über die Stellung des Handels in der modernen industriellen Entwicklung. Archiv für Sozialwissenschaft u. Sozialpolitik. Bd. XXXIV, S. 879 ff. Tübingen 1912.
Landsberg, Ernst A.: Die finanzielle Konzentration der deutschen Textilindustrie in der Nachkriegszeit. Berlin 1924.
Levy, Benas: Der Großhandel in Baumwollwaren. Heft 2 der Folge: Der Großhandel in der deutschen Volkswirtschaft. Berlin 1917.
Lohmann, Martin: Artikel „Der deutsche Großhandel" im Wirtschaftsjahrbuch für Industrie und Handel des Deutschen Reichs und der Nachfolgestaaten Oesterreich-Ungarns. Jahrg. 1929/30. Leipzig 1930.
Martini, Hubert: Die Veredlungsindustrie baumwollener Gewebe mit besonderer Berücksichtigung des Lohnveredlungsprozesses im Sammelbetrieb, ihre Stellung im Wirtschaftsleben und ihre Bedeutung für die deutsche Baumwollindustrie und den Handel mit Baumwollgeweben. Erlangen 1923.
Meyer, Martin: Die Absatzorganisation für Textilfabrikate in Deutschland nach der Inflation (unter besonderer Berücksichtigung ihrer Kosten). München 1929.
Mirus, L.: Die Futterstoffweberei in Elberfeld-Barmen. Leipzig 1909.
Mossig, Karl: Der deutsche Baumwollmarkt, seine wirtschaftliche Gestaltung vor dem Weltkriege und seine Krisenerscheinungen in der Nachkriegszeit. Frankfurt 1923.
Van Norden, Heinrich: Die Einkaufsgenossenschaften im Einzelhandel. Berlin 1920.
Roth, Kurt: Markt und Preisgestaltung in der süddeutschen Baumwollindustrie seit Aufhebung der Zwangswirtschaft in ihrem Zusammenhang mit Produktion und Absatz. Frankfurt 1924.

Rothschild, Hans: Die süddeutsche Baumwollindustrie. Stuttgart 1927.
Salings Börsenjahrbuch für 1930/31. Berlin 1930.
Seyd, Joachim: Die Entwicklung und Organisation des Textilwarengroßhandels zu Elberfeld im Rahmen des deutschen Textilwarengroßhandels unter besonderer Berücksichtigung des Webwarengroßhandels. Berlin 1922. Masch.
Schmitt, Alfons: Großhandel und Einkaufsvereinigungen des Einzelhandels, in den Annalen des Deutschen Reichs für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft. München 1928.
Schreiterer, Gerhard: Die Gemeinschaftsbeschaffung im Textileinzelhandel. Stuttgart 1931.
Schütze, Wilhelm: Zur Zusammenschlußbewegung in der deutschen Baumwollindustrie. Frankfurt 1928.
Specht, Gertrud: Organisations- und Entwicklungsfragen in der deutschen Baumwollindustrie. München 1919.
Statistisches Jahrbuch für das Deutsche Reich (1924—1931).
Steinert, Edwin: Deutschlands Industrie und Handel in Baumwollwaren. Gewerbliche Einzelvorträge. 4. Vortrag 10. Reihe. Herausgegeben von d. Ältest. d. Kaufmannsch. Berlin 1916.
Stocker, Friedr. Wilh.: Die deutsche Textilindustrie während der Stabilisierungskrise mit besonderer Berücksichtigung der Baumwollindustrie. Hamburg 1926.
Tschierschky-Metzner: Die Lieferungs- und Zahlungsbedingungen im Warengeschäft. Berlin 1921.
Vogt: Absatzprobleme. Stuttgart 1929.
Weigert, M.: Die Krisis des Zwischenhandels, in Sammlung Volkswirtschaftlicher Zeitfragen. Jahrg. VII. Berlin 1885.
Weißhäupl, Michael: Zwei Großhandelskartelle der Textilbranche. Leipzig 1924.
Wiegel, Walter: Der Einzelhandel in der modernen deutschen Wirtschaft unter betonter Berücksichtigung seiner Gemeinschaftsbildungen. Göttingen 1931.
Wurster, Erich: Die Baumwollkrise vor dem Weltkrieg. Bayreuth 1918.

2. Jahresberichte, Zeitschriften und Zeitungen.

Der Deutsche Volkswirt.
Jahresberichte der Industrie- und Handelskammer zu Berlin seit 1919.
Jahresberichte des Zentralverbandes des deutschen Großhandels seit 1924.
Der Konfektionär.
Leipziger Wochenberichte für die gesamte Textilindustrie.
Magazin der Wirtschaft.
Mitteilungen der Forschungsstelle für den Handel, Berlin, Jahrg. 2.
Textilwoche.
Vierteljahrshefte zur Statistik des Deutschen Reichs.
Wirtschaft und Statistik.
Zeitschrift für Textilwirtschaft (Deutsche Konfektion).
Berliner Tageblatt.
Frankfurter Zeitung.
Industrie- und Handelszeitung.
Kölnische Zeitung.
Rheinisch-Westfälische Zeitung.
Textilzeitung.

Anhang

Tabellen

		Insgesamt	Hiervon Warenhandel
1924	Konkurse	6 033	2 972
	Geschäftsaufsichten[1])	–	–
1925	Konkurse	11 184	5 908
	Geschäftsaufsichten	5 627	2 507

	Gesamtzahl der eröffneten Konkurse u. Vergl.-Verfahren[2])		Konkurse und Vergl.-verfahren d. Bekleidungsgewerbes u. des Groß- bezw. Kleinhandels mit Textilw.[3])		In Prozent der Gesamtzahl der Konkurse u. Vergl.-Verfahren		Konkurse u. Vergl.-verfahren d. Textilwarengroßhandels allein		In Prozent der Gesamtzahl der Konkurse bezw. Vergl.-Verfahren	
1926	12 274	7 834	2 857	2 176	23,28	27 78	–	–		
Hiervon 1. Halbj.	(9 222)	(6 698)	(2 170)	(2 085)						
1927	5 668	1 418	947	332	16,71	23,49	–	–		
1928	7 984	3 190	1 459	815	18,27	25,55	85	65	1,06	2,01
1929	9 846	4 889	1 774	1 280	18,02	28,23	89	117	0,9	2,39
1930	11 340	7 049	2 170	2 085	19,14	29,58	147	184	1,3	2,61
1931	13 599	8 499	2 410	2 114	17,72	24,88	194	239	1,43	2,8
außerdem mangels Masse abgelehnte Konkurse	(17 349)		(3 055)				(227)			

1) Geschäftsaufsicht wurde erst 1925 eingeführt.
2) Bzw. bis zum September 1927 Geschäftsaufsichten.
3) Hierunter sind die folgenden in „Wirtschaft und Statistik" gesondert aufgeführten Geschäftszweige zusammengefaßt.
a. Einzelhandel mit Spinnrohstoffen, Garnen, Textilwaren, (ohne Bekleidung)
b. Bekleidung, Wäsche und Schuhwaren.
c. Bekleidungsgewerbe.
d. Großhandel mit Spinnrohstoffen, Garnen, Textilwaren, (ohne Bekleidung)
e. Großhandel mit Bekleidung, Wäsche und Schuhwaren.

	Amerikanische Baumwolle in Bremen. Middling Universal Standard, Loco Notierung. [1])		
	Niedrigstpr. [2])	Höchstpr. [2])	Unterschied in %
1906	50	65	30
1907	54,5	69	26,6
1908	44,5	63,75	43,3
1909	46,25	79,5	71,9
1910	72,75	79,75	9,6
1911	46,75	80,5	72,2
1912	47,25	70,25	47,6
1913	60,75	74	21,8
		Durchschnitt	40,4
1924	25,07	38,19	52,3
1925	20,70	29,47	42,4
1926	13,15	22,40	70,3
1927	13,86	25,75	85,9
1928	19,21	25,06	30,4
1929	18,36	22,59	23,0
1930	9,86	19,14	94,1
1931	6,40	12,95	102,3
		Durchschnitt	62,6

[1]) Nach dem Deutschen Baumwoll-Handbuch und dem Deutschen Volkswirt.

[2]) 1906—1913 Pf. per ½ kg. Seit 1924 Cents per 1b. (Englisches Pfund).

	Rohnessel 16/16 20/20 78 cm br. M.-Gladbach bezw. (seit 1924) Cretonne 16/16 20/20 88 cm br, Stuttgart [1])			Futterköper gefärbt 20/20 36/42 Großhandelspreise loco Haus Berlin [1])		
	Niedrigstpr. [2])	Höchstpr. [2])	Unterschied in %	Niedrigstpr. [2])	Höchstpr. [2])	Unterschied in %
1907	27,5	31	12,7	—	—	—
1908	19,3	30	55,4	—	—	—
1909	19,5	26,5	35 9	—	—	—
1910	24,5	26,8	9,4	—	—	—
1911	21,7	26,8	23,5	—	—	—
1912	22	26,7	21,4	—	—	—
1913	24,3	37,3	12,3	—	—	—
	Durchschnitt	1909-13	24,7			
		1907-13	20,5			
1924	65	77	18,5	75	88	17,3
1925	68	74	8,7	76	89	17,1
1926	47	66	40.4	57	83	45,6
1927	48	62	29,2	58	71	22,7
1928	52	58	11,6	60	65	8,3
1929	49	54	10,2	59	60	1,7
1930	35	52	48,6	48	59	22,9
1931	29	35	19.4	—	—	—
		Durchschnitt	23,3		Durchschnitt	19,7

[1]) Notierungen nach den Vierteljahrsheften zur Deutschen Reichsstatistik 1907—1931. Die Stuttgarter Notierungen, die sich auf andere Qualität und Breite beziehen, werden — ebenso wie die Großhandelsverkaufspreise für 20/30 36/40 — darin erst nach dem Kriege veröffentlicht. Die Vergleichsmöglichkeit beider Notierungen ist aber trotzdem gegeben, da es sich hier ja in der Hauptsache um das Spannungsverhältnis handelt.

[2]) Pf. per mtr.

Lebenslauf.

Ich bin am 11. 10. 03 als Sohn des Kaufmanns Ewald Homberg, evangelischer Konfession, in Wuppertal-Elberfeld geboren. Ich besuchte daselbst 12 Jahre das Städtische Realgymnasium und erhielt am 16. März 1922 das Zeugnis der Reife. Anschließend war ich bis zum April 1924 bei der Bergisch-Märkischen Bank, Filiale der Deutschen Bank, Elberfeld, als Lehrling tätig. Nach Abschluß der Lehrzeit widmete ich mich zunächst auf der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg i. Br. drei Semester lang (S.-S. 24, W.-S. 24/25, S.-S. 25) dem Studium der Staatswissenschaften. Dann bezog ich für weitere drei Semester (W.-S. 25/26, S.-S. 26, W.-S. 26/27) die Handels-Hochschule Mannheim, an der ich im Mai 1927 die Kaufmännische Diplomprüfung mit „Gut" bestand. Vom Juni 1927 bis zum Juli 1930 war ich in meinem väterlichen Geschäfte kaufmännisch tätig. Vom Wintersemester 1930/31 an bis zum Wintersemester 1931/32 setzte ich mein wirtschaftswissenschaftliches Studium an der Universität zu Münster Westf. fort. Dort bestand ich am 1. August 1932 vor der Prüfungskommission der Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät die mündliche Doktorprüfung mit dem Prädikat cum laude.